

Direction des bibliothèques

AVIS

Ce document a été numérisé par la Division de la gestion des documents et des archives de l'Université de Montréal.

L'auteur a autorisé l'Université de Montréal à reproduire et diffuser, en totalité ou en partie, par quelque moyen que ce soit et sur quelque support que ce soit, et exclusivement à des fins non lucratives d'enseignement et de recherche, des copies de ce mémoire ou de cette thèse.

L'auteur et les coauteurs le cas échéant conservent la propriété du droit d'auteur et des droits moraux qui protègent ce document. Ni la thèse ou le mémoire, ni des extraits substantiels de ce document, ne doivent être imprimés ou autrement reproduits sans l'autorisation de l'auteur.

Afin de se conformer à la Loi canadienne sur la protection des renseignements personnels, quelques formulaires secondaires, coordonnées ou signatures intégrées au texte ont pu être enlevés de ce document. Bien que cela ait pu affecter la pagination, il n'y a aucun contenu manquant.

NOTICE

This document was digitized by the Records Management & Archives Division of Université de Montréal.

The author of this thesis or dissertation has granted a nonexclusive license allowing Université de Montréal to reproduce and publish the document, in part or in whole, and in any format, solely for noncommercial educational and research purposes.

The author and co-authors if applicable retain copyright ownership and moral rights in this document. Neither the whole thesis or dissertation, nor substantial extracts from it, may be printed or otherwise reproduced without the author's permission.

In compliance with the Canadian Privacy Act some supporting forms, contact information or signatures may have been removed from the document. While this may affect the document page count, it does not represent any loss of content from the document.

Université de Montréal

Le processus de création d'une revue d'entreprise :
comment se construit la voix organisationnelle officielle

Par

Philippe Archambault

Département de communication

Faculté des arts et des sciences

Mémoire présenté à la Faculté des études supérieures
en vue de l'obtention du grade de maîtrise en sciences de la communication

Avril 2008

© Philippe Archambault, 2008



Université de Montréal

Faculté des études supérieures

Ce mémoire intitulé :

Le processus de création d'une revue d'entreprise :
comment se construit la voix organisationnelle officielle

Présenté par :

Philippe Archambault

A été évalué par un jury composé des personnes suivantes :

Boris Brummans
Président

François Cooren
Directeur de recherche

Daniel Robichaud
Membre du jury

Résumé

Nous vivons dans un monde organisé où plusieurs entreprises agissent à titre d'entité morale. Ces organisations sont régulièrement amenées à « prendre la parole », à « prendre position », que ce soit pour annoncer la fermeture d'une usine, un virage vert ou encore une nomination. Tant à l'externe qu'à l'interne, la question de leur voix officielle, ou organisationnelle, est fréquemment soulevée. Cette recherche a pour objectif général de mieux comprendre le processus de création de la voix organisationnelle au sein d'une entreprise internationale.

Pour ce faire, j'ai suivi, filmé et documenté le plus fidèlement et précisément possible toutes les étapes de création d'un magazine, de la première rencontre de planification jusqu'à la distribution aux employés. Toute cette documentation et cette description m'ont ainsi permis de mieux cerner et de mieux comprendre les différentes étapes de ce processus. Alors que les employés des entreprises ne voient souvent que le résultat final, soit, dans ce cas précis, un magazine d'environ 14 pages proposant différents articles et dossiers reliés aux activités de l'entreprise, j'ai pu observer les jeux de coulisse qui guident la rédaction d'un tel outil de communication interne.

En m'intéressant particulièrement à la transmission d'information entre les membres de l'équipe responsable de cette revue, la notion de traduction – notion que Callon et Latour (1981) identifient comme étant le mécanisme de constitution des associations entre les acteurs constituant un réseau – s'est révélée comme centrale pour l'analyse des données. Effectivement, l'approche de l'acteur-réseau, tel que proposé par Bruno Latour et ses collègues, permet de mettre en lumière les rapports entre les différents intervenants ainsi que la nature du processus menant à la production de ce magazine. Ceci permet de bien saisir l'importance des différents acteurs et l'impact des gestes qu'ils posent. Leurs seules communications rendant visible le processus de création de la voix organisationnelle (Latour et Hermant, 1998).

C'est principalement la notion de « traduction », telle qu'elle a été proposée par Bruno Latour et ses collègues, que j'ai utilisée afin d'étudier les rapports entre les différents intervenants impliqués. Cette approche demande à ce que des entités collectives soient décrites en termes

d'actions. Ce sont ces mêmes actions qui structurent les groupes, en faisant intervenir des humains et des non humains. C'est donc à travers les réseaux d'association créés que nous pourrons découvrir comment se construit la voix organisationnelle de cette organisation. Pour y parvenir, j'ai fait usage principalement de la notion de « traduction », mais également de celle « d'objet » et de « traducteur/médiateur ». Cette approche m'a permis de mettre en évidence les trois grandes traductions qui se sont produites lors de ce processus, ainsi que de mettre en lumière les phénomènes de représentation et l'importance de la hiérarchie.

Mots clés : voix organisationnelle, création, revue, transcription, traduction, acteur-réseau

Abstract

We are living in an organized world where a great number of companies act as moral entities. These organizations periodically “have the floor” and “take position”, be it to announce factory closures, the latest environmentally-friendly policies or even their latest appointments. From both an external and an internal perspective, questions revolving around the official voice – or organizational voice – of a given company are regularly asked. This research’s main objective is to gain a better understanding of the creative process of an international company’s organizational voice.

To do so, I monitored, recorded and documented as faithfully as possible all the steps leading to a magazine’s creation – from the very first planning meeting up to its distribution to the employees. All this evidence and write-up enabled me to better identify and understand this process’ specific steps. And while employees of a company usually get to see only the end result – in this case, a 14-page magazine featuring articles and stories related to the company’s business – I had the opportunity to observe the alley negotiations guiding the editing of such an internal communication tool.

By taking an interest in the team responsible for this magazine, in its members and specifically in the transmission of information between these members, it became clear to me that the notion of “translation” (“traduction” in French) – as defined by Callon and Latour (1981) as being a mechanism of constituting associations between actors of a network – was pivotal to my data analysis. Indeed, this actor- network approach (“acteur-réseau” in French) proposed by Bruno Latour and his colleagues sheds light onto the relationships between the different stakeholders as well as onto the process leading to the magazine’s production itself. This approach enables one to truly grasp each actor’s relative importance, and reveal the impacts of these actors’ actions, for their communication efforts are sufficient to clarify the organizational voice’s creative process (Latour et Hermant, 1998).

The notion of “translation” put forward by Bruno Latour and his colleagues was chiefly used in this research to study the connections between stakeholders involved. According to this

approach, collective entities must be described as actions – the same actions that structure groups with the involvement of humans and non-humans. It is through these created network associations that we will be able to find out how this organization's voice is built. While I mainly employed the notion of "translation", I also put to use the notions of "object" and of "translator/mediator". By doing so, I brought to light the three major translations that occurred during this process, while also underlining associated representation phenomenons and the importance of hierarchy.

Keywords: organizational voice, creation, magazine, transcription, translation, Actor-Network Theory, "traduction", "acteur-réseau"

Remerciements

Je tiens à remercier sincèrement et chaleureusement François Cooren, mon directeur de mémoire, qui m'a offert de précieux conseils ainsi qu'une lumière rassurante. Ce mémoire n'aurait jamais été rédigé sans son support. Je souhaite à tout étudiant de rencontrer un jour un directeur d'un tel calibre, d'une telle compréhension et d'une telle patience. Il va sans dire que plusieurs autres professeurs du département de communication de l'Université de Montréal ont été une grande source d'inspiration et je tiens à tous les reconnaître. Merci particulièrement à Mme Monique Deviard de m'avoir fait découvrir et apprécier les communications organisationnelles.

Sur une note personnelle, je remercie tous ceux qui m'ont incité à mener à bout ce projet, et ce, même lorsque la conciliation travail-études n'était pas évidente. Je pense notamment à Danielle Pouliot et Marc Gagnon. Merci à tous mes collègues qui ont accepté de se prêter au jeu et d'être observés et filmés pendant près de deux mois. Une mention particulière à ma collègue Tania Orméjuste pour nos nombreux échanges sur nos mémoires respectifs. Ta volonté et ta motivation étaient contagieuses.

Finalement, j'aimerais dédier ce mémoire à trois personnes qui me sont très chères et qui m'ont offert un appui indéfectible : ma conjointe Elise ainsi que mes parents, Myriam et Richard. Votre confiance et votre foi en moi m'ont donné la volonté de poursuivre ce projet. Merci d'être à mes côtés. Merci pour tout!

Bonne lecture!

TABLE DES MATIÈRES

1. Introduction	1
2. Revue de littérature	3
2.1 LA / LES voix organisationnelles.....	3
2.1.1 LES voix organisationnelles.....	4
2.1.2 LA voix organisationnelle	6
2.2 Les médias internes de communication.....	8
2.2.1 Médias d'entreprises.....	8
3. Cadre théorique.....	11
4. MÉTHODOLOGIE	15
4.1 Autorisations de recherche	16
4.2 La collecte et la transcription des données	17
4.3 Entrevues semi-dirigées.....	18
4.4 Sélection et analyse des données	18
5. Mise en contexte	19
5.1 Description de l'organisation	20
5.2 La revue étudiée.....	21
6. Description et analyse du processus de création de la voix organisationnelle	21
6.1 La rencontre de planification	22
6.2 le processus rédactionnel : entrevues, recherche et rédaction	39
6.3 La production graphique	58
7 Discussions et conclusions.....	65
7.1 Deux visions complémentaires	65
7.2 L'importance de la représentation et de la hiérarchie	67
7.3 Les trois grandes traductions	69
7.3.1 La traduction éditoriale.....	69
7.3.2 La traduction rédactionnelle.....	69
7.3.3 La traduction graphique	70
7.4 Apport de cette recherche	73
7.5 Les limites de cette recherche	73
7.6 Conclusion.....	74
BIBLIOGRAPHIE	LXXV
Annexe A - Termes et concepts propres à cette étude	Error! Bookmark not defined.
Annexe B – Transcription des données	Error! Bookmark not defined.
Annexe C – Questionnaire et transcriptions d'entrevues semi-dirigées.....	Error! Bookmark not defined.
Annexe D – Autorisations	Error! Bookmark not defined.
Tableau 1. Calendrier de production du magazine	Error! Bookmark not defined.
Tableau 2. Les membres de l'entreprise impliqués dans la recherche.....	Error! Bookmark not defined.

1. INTRODUCTION

Dans un contexte de mondialisation et d'ouverture des marchés, il n'est pas inhabituel de voir naître ou de voir se créer des entreprises internationales. Tous les jours, les médias semblent nous annoncer des acquisitions ou des fusions d'entreprises. Si chaque personne tend à avoir sa propre vision de ces méga-organisations, ceci est également le cas à l'intérieur même de ces entités corporatives. Chaque employé, ou chaque membre, a sa propre image et vision de la compagnie pour laquelle il ou elle travaille. Le risque qui guette les dirigeants de ces multinationales est de perdre le contact avec leurs employés ou encore que ces derniers ne ressentent pas, par exemple, un lien étroit avec leur employeur. Un autre risque important est la rumeur qui peut parfois devenir, pour certains, la source principale d'information, compromettant ainsi la vision et les objectifs de l'ensemble de l'organisation, tels qu'ils sont définis par la direction.

Une récente étude (Ragan Research, 2007) démontre, tout de même, que 40 % des professionnels travaillant dans le grand domaine des communications, à tous les niveaux hiérarchiques et dans tous les types d'entreprises, oeuvrent dans le domaine des communications internes ou organisationnelles. Souvent négligés au sein des organisations, perçus comme un secteur « mou » ainsi qu'une dépense, les rôles et objectifs des communications internes sont aussi variés que les organisations elles-mêmes. Or, l'importance d'une forte communauté d'employés et d'un sentiment d'engagement ou d'appartenance (Ragan Research) n'est plus à prouver. Le rôle de cette équipe, principalement dans les grandes entreprises, est d'offrir une vision claire de l'organisation et de partager ce qui est présenté comme sa culture et ses valeurs officielles. En me basant sur mon expérience en communication interne, il m'apparaît clair que l'une des principales sources d'information des employés sont les médias internes, soit l'ensemble des outils mis à leur disposition pour transmettre de l'information et du savoir. Gérant la très grande majorité de ces médias internes, l'équipe des communications internes devient ainsi la voix (nous détaillerons ultérieurement ce concept) de l'organisation.

Selon Barnett (1988), les valeurs, le langage, les rites et certains rituels font partie de la culture organisationnelle. Et cette culture est communiquée et transmise avec des moyens formels et des moyens informels :

« An organization's culture is also communicated through a variety of other channels. Internally, cultural information reaches members through formal or informal written communication, in the form of memos, house-organs, annual reports, statements of corporate philosophy, and official policy. It may also be displayed on bulletin boards or in posters which present policy messages » (Barnett, 1988, p. 104).

Il apparaît donc clair que les outils de communication (des moyens formels), en transmettant et en communiquant certains éléments de la culture de l'organisation, présupposent l'existence de la voix organisationnelle.

Ma recherche a donc pour objectif général de mieux comprendre le processus de création de la voix organisationnelle au sein d'une entreprise internationale. Pour ce faire, j'ai suivi le processus de création d'une revue organisationnelle, une publication destinée à l'ensemble des membres d'une organisation. Cet outil a été choisi car il s'agit, selon un sondage interne réalisé en 2007 auprès des 4 000 employés de l'entreprise, du média interne le plus consulté, le plus représentatif de la réalité et le plus apprécié. Ce magazine est également l'outil dont la conception implique le plus de planification et met en relation le plus grand nombre de personnes, et ce, dans plusieurs services. Sa réalisation est de loin la plus longue et la plus complexe de tous les médias de cette organisation. Cette réalité m'a permis d'amasser beaucoup de données s'échelonnant sur plusieurs semaines. Il en résulte une riche collection de données.

Au sein d'une organisation, certains membres désirent simplement faire connaître des informations ou des nouvelles qui auront un impact sur l'ensemble de l'entreprise. D'autres désirent faire connaître leurs actions pour des raisons « politiques ». Les besoins et intérêts des employés sont en général très variés, surtout dans les grandes organisations. L'un des rôles des communications internes est donc de gérer cette demande de représentation par rapport aux besoins et aux intérêts des employés.

Le concept de la traduction, que Callon et Latour (1981) identifient comme étant le mécanisme de constitution des associations entre les acteurs constituant un réseau (nous y reviendrons plus tard), s'est ainsi imposé à moi. Je me suis donc intéressé à la transmission d'informations entre les membres de l'équipe responsable du magazine, ainsi qu'aux processus de traduction qui s'y cachaient. Pour ce faire, j'ai fait appel, au niveau théorique, à l'approche de l'acteur-réseau, tel qu'elle est proposée par Bruno Latour et ses collègues, afin de mettre en lumière les rapports entre les différents intervenants du processus de création de cette revue interne ainsi que la nature du processus menant à la production du magazine. J'ose espérer que ce mémoire permettra non seulement d'illustrer les mécanismes de traduction qui animent ces processus organisationnels, mais surtout ceux qui créent la voix d'une organisation.

Dans les pages qui suivent, je propose d'abord une revue de littérature portant sur la voix organisationnelle et sur les médias internes de communication. Nous verrons par la suite comment la théorie de l'acteur-réseau, également appelée sociologie de la traduction, nous permettra d'analyser la création de ce magazine. Je présenterai également la méthodologie que j'ai retenue pour cette recherche, soit l'observation participante, pour ensuite analyser le processus de création de la voix organisationnelle, tout en soulignant les processus organisationnels qui en sont à l'origine. Je terminerai par la discussion et la conclusion où j'ouvrirai la porte à de futurs sujets de recherche.

2. REVUE DE LITTÉRATURE

Cette section propose une revue de la littérature sur la voix organisationnelle qui permettra, je l'espère, de mieux circonscrire cette notion et de différencier les différents types de voix qui peuvent émerger dans toute organisation. Puisque cette étude porte sur un média de communication interne, je présenterai ensuite un survol de la littérature portant sur ces outils.

2.1 LA / LES VOIX ORGANISATIONNELLES

La littérature portant sur la communication organisationnelle traite relativement peu du concept de « voix organisationnelle ». On peut dire qu'il existe, *grosso modo*, deux façons d'aborder cette question. La première tourne autour des employés et de la multitude des voix qui

composent l'organisation. Dans ce cas précis, les auteurs parlent non pas de LA voix, mais bien DES voix organisationnelles. Quant à l'autre approche, elle tend à porter son attention sur l'organisation en tant que personne morale et sa « voix officielle », ce que nous appellerons LA voix organisationnelle. Commentant cette tension, Boje (1995) écrit :

« At one extreme, the storytelling organization can oppress by subordinating everyone and collapsing everything to one "grand narrative" or "grand story." At the other extreme, the storytelling organization can be a pluralistic construction of a multiplicity of stories, storytellers, and story performance events that are like Tamara but are realized differently depending upon the stories in which one is participating. » (p. 1000)

Cette citation de Boje souligne bien les deux visions opposées qui peuvent exister à propos de la ou des voix organisationnelles. Observons d'abord ce qui a été écrit concernant les voix organisationnelles.

2.1.1 LES VOIX ORGANISATIONNELLES

Mobilisant ce qu'ils définissent comme une approche post-moderne de la communication organisationnelle, les chercheurs qui s'intéressent à cette question s'intéresseront davantage aux « locally, temporally and situationally limited narratives » (Flick, 1999, p. 12) qui ne manquent pas de constituer toute organisation. En s'intéressant aux voix organisationnelles, ces auteurs tâchent donc de mieux comprendre la manière dont les membres font sens de leur travail et de l'organisation dans laquelle ils évoluent.

Selon Boje (1995), une organisation est ainsi définie par une multiplicité de récits et d'interprétations qui peuvent parfois s'affronter. De nature indéterminée et chaotique, la vie organisationnelle est alors difficile, voire impossible à résumer en un seul récit systématique, monolithique et hiérarchique (ce qui, selon Boje (1995), refléterait une vision moderne / rationnelle de l'organisation). Cooren, Taylor et Van Every (2006) abondent en ce sens. Selon eux, une entité collective existe, notamment, à travers toutes les entités ou tous les actants qui parlent ou agissent en son nom. Ce serait donc une erreur théorique et pratique de n'étudier que les voix de ceux qui sont reconnus officiellement comme étant ses représentants autorisés.

« Like any collective entity, an organization is identified, defined and delimited through the different agents that speaks or act in its name. In this sense, an organization, let's say a corporation, in the legal sense of term, can be made present through its logos, by-laws, stock certificates, ledgers, board of directors, minutes, organizational charts, buildings, treasurers, secretaries, machines, corporate seal, texts and operations, to just name a few elements. » (Cooren, 2006, p. 83)

Il est donc question DES voix organisationnelles, celles de tous les membres, et non pas seulement d'une voix officielle. La voix des employés – peu importe son statut au sein de l'organisation – se retrouve ainsi au cœur du concept. Chaque membre de l'organisation est ainsi un actant potentiel de la voix organisationnelle. Bowen et Blackmon (2003) font écho à cette définition en affirmant que la voix organisationnelle est l'expression volontaire de l'opinion des membres afin qu'ils puissent influencer les actions de l'organisation. Ils se réfèrent également à Morrison et Milliken (2000) qui opposent ce concept au silence organisationnel, observé lorsque les gens ne peuvent contribuer librement au discours organisationnel, notamment par crainte de représailles ou d'isolement.

Taylor et Robichaud (2004), qui s'inscrivent dans la tradition de l'École de Montréal, proposent en se basant sur Boden (1994) le terme de « métaconversation » pour signifier ce lieu d'échange par lequel les voix des gestionnaires en viennent à traduire ou représenter la multitude des conversations qui composent l'organisation. Il s'agit de métaconversation puisque les voix des gestionnaires prétendent « rapporter » (« generates accounts » dans le texte) d'autres conversations, celles des différentes communautés de pratique de l'organisation. Si la « traduction » de ces conversations est authentique, les membres de l'organisation absents de la réunion des gestionnaires auront alors une voix par délégation.

Cette vision suppose donc que les membres de base de l'organisation, ceux qui ne sont pas en position d'autorité, aient certes une voix au niveau opérationnel mais que pour être entendue au niveau de direction ou au niveau stratégique de l'organisation, celle-ci doive être

traduite à travers celle des gestionnaires. Taylor et Robichaud (2004) précisent qu'il existe ainsi plusieurs niveaux de métaconversation en gestion.

Au cours des dernières années, nous avons également vu naître les médias sociaux, très répandus sur le Web. Également appelés Web 2.0 ou médias participatifs, les médias sociaux font partie d'une nouvelle génération de médias qui permettent aux usagers de les contrôler et de les nourrir. Un aspect important des médias sociaux est la voix qu'ils offrent aux « amateurs » (nous reviendrons à la définition de ce terme) ou, dans le milieu corporatif, aux employés. Dans cette optique, ils ont, ou risquent d'avoir, un impact majeur sur les outils « traditionnels » de communication interne, menaçant LA voix organisationnelle au profit DES voix organisationnelles. Pour Lawrence et Wiswell (1995), la rétroaction des employés au discours de l'entreprise est essentielle au développement d'un climat de travail propice entre l'employeur et ses employés. Selon une étude de la firme Ragan (2007) portant sur les pratiques en communication organisationnelle, les principaux avantages des médias sociaux seraient de construire une communauté, d'accroître l'engagement des employés et de partager les meilleures pratiques au sein de l'entreprise. Ainsi, les nouveaux médias sociaux seraient un complément aux médias traditionnels, une façon de réagir au discours officiel d'une organisation.

Tel que mentionné précédemment, Boje affirme que les organisations sont le théâtre d'une quête d'un jeu langagier dans lequel les membres tentent de faire entendre leur voix. Dans tous ces exemples, ce que l'on nomme la voix organisationnelle est ici classé sous « LES voix organisationnelles ». Passons maintenant à une vision plus unitaire de l'idée de voix.

2.1.2 LA VOIX ORGANISATIONNELLE

Les chercheurs qui adoptent une approche que l'on pourrait qualifier de moderne s'intéressent davantage à la voix officielle de l'organisation, laquelle s'exprime souvent par ses hauts gestionnaires et de ses porte-parole officiels. Mis à part quelques exceptions, peu de chercheurs en communication organisationnelle se sont intéressés à cette vision de la voix organisationnelle.

Deetz (1992, 2001) s'est ainsi intéressé à l'écart d'importance, ou de valeur, qui existe entre les différentes voix. Celle d'un porte-parole ou d'un gestionnaire est censée avoir une « valeur » supérieure à celle d'un employé d'un point de vue médiatique. Il nous est permis d'extrapoler son raisonnement et d'affirmer qu'il en va de même pour les communications internes : un texte officiel aura normalement plus d'impact, ou de valeur, qu'une conversation entendue dans l'ascenseur, du moins en ce qui concerne la capacité de ce texte à engager la responsabilité de l'organisation qu'il est censé représenter. Ceci n'empêche pas Cheney et Christensen (2001) d'insister sur le fait que nous devons penser aux communications organisationnelles internes et externes comme étant étroitement reliées :

Recognizing that along with attempts to speak "for" an organization using a unitary voice there will almost inevitably be the expression (or suppression) of multiples voices, identities, cultures, images, and interests. (p. 223)

Tout comme Searle (1995), Taylor et Cooren (1997) s'intéressent aux propriétés des communications qui expliquent comment une organisation trouve sa voix : « [...] is able to enter the field of discourse, express an intention, and be accorded a voice there. » (p. 409) Ils affirment que la communication devient explicitement « organisationnelle » lorsqu'un acteur identifié et reconnu par son organisation prend la parole. Ainsi, on voit émerger l'idée de la voix organisationnelle : une organisation ne peut vraiment exister officiellement qu'à travers une voix qui est censée lui être propre. Comme le rappellent Taylor et Cooren :

As soon as one acts for another, an organizational link is on its way to being created. And when the 'other' is a collective (or what Mead, 1934, called a 'generalized') other, an organization is thereby constituted as an entity. Such entities have, however, no existence other than in discourse, where their reality is created, and sustained. (pp. 428-429)

Ceci revient donc à dire que l'organisation devient ce qu'elle est par sa construction, en tant qu'acteur, dans un monde communicationnel : un sujet autant qu'un objet (Taylor et Cooren, 1997, p. 435).

Dans la plupart des organisations, il existe des groupes mandatés qui sont censés incarner la voix organisationnelle officielle de l'entreprise, et ce, tant en communications externes (relations publiques, marketing, etc.) qu'en communications internes. L'un des aspects peu étudiés et documentés est le processus de création de cette voix organisationnelle reconnue et destinée aux employés. Les approches moderniste (LA voix) et post-moderniste (LES voix) ne sont donc pas incompatibles, contrairement à ce que l'on pourrait croire a priori (Taylor et Van Every, 2000). En effet, pour étudier le processus de construction de LA voix organisationnelle, il faut tenir compte des différents actants qui l'influencent et la créent. Même si on s'intéressait à la voix d'un porte-parole ou d'un haut dirigeant agissant « seul », il est fort probable que d'autres actants influenceraient tout de même son discours. Ainsi, lorsqu'on s'intéresse à LA voix d'une organisation (vision moderniste), il faut plus souvent qu'autrement faire appel à une approche hybride pour comprendre comment les différentes voix se fondent en une seule. Il devient par conséquent intéressant de voir quels processus seront mis en branle pour parvenir à cette fin. C'est précisément ce que je me propose de faire dans ce mémoire.

Puisque cette recherche portera sur la voix organisationnelle par l'étude d'un organe de communication (ou « média interne » pour utiliser le jargon de l'entreprise), observons maintenant la littérature portant sur ces outils.

2.2 LES MÉDIAS INTERNES DE COMMUNICATION

Bien que plusieurs outils, stratégies et moyens puissent être utilisés par les professionnels de la communication interne pour communiquer efficacement avec ses employés, il n'en demeure pas moins que les médias représentent souvent des outils privilégiés pour rejoindre les membres d'une organisation. La plupart des entreprises sont dotées d'un journal ou d'un magazine. Voici donc une revue de la littérature portant sur les outils utilisés par les entreprises pour communiquer avec leurs publics internes.

2.2.1 MÉDIAS D'ENTREPRISES

Depuis les années 1980, la communication au sein des entreprises a pris beaucoup d'importance en raison du contexte changeant des milieux de travail (Stein, Bentley et Wanta,

1998). Ces changements (fusions, acquisitions, compressions, restructurations, etc.) ont rendu les employés incertains de leur avenir et plus avides d'information. Le développement d'un solide programme de communication permet l'amélioration des relations de travail (Ehrlich, 1994; Gerstner, 1994; Lindo, 1995). Comme le rappelle Gerstner, « Good communication prepares and helps employees change... Good communication helps employees buy into the new business reality with trust, loyalty and enthusiasm. » (p. 18)

Waltman et Golen (1989) soulignent, quant à eux, l'importance stratégique des outils de communication. Selon eux, une infolettre peut s'avérer un outil de gestion très appréciable dans la mesure où elle permet d'informer, de motiver les employés, de promouvoir l'unité, d'améliorer le moral et de faciliter la gestion du savoir ou de la mémoire de l'entreprise. Ces deux auteurs rappellent qu'il est toutefois important que cet outil soit appuyé par une politique claire, qu'il soit jumelé à d'autres stratégies de communication et qu'un éditeur compétent en contrôle le contenu :

Too often, the employee newsletter is viewed as an informal written medium, a mere afterthought on the part of management, and thus is dedicated to clerical staff as a minor task to be performed periodically. (p. 100)

Hudson et Hudson (2005) indiquent enfin que pour plusieurs associations qui désirent être reconnues comme une profession, le fait de posséder et de contrôler une revue est un élément central de leur processus. Une revue ou un journal professionnel dédié aux dossiers centraux de ces organisations permet, selon eux, d'accroître le niveau de respect face à l'association et de faire émerger leur « voix officielle ». Toujours selon Hudson et Hudson, quatre objectifs reflètent l'importance des revues professionnelles pour les associations : définir son association, contrôler le savoir dans son domaine, accroître la légitimité de l'association et obtenir une source de revenus.

L'arrivée de plusieurs nouvelles technologies, y compris les courriers électroniques (courriels), ont également transformé les médias de communication des entreprises à l'interne (Ey, 1995), facilitant la distribution et l'accès à l'information, tout en réduisant, dans certains cas,

les coûts de production. Toutefois, certains auteurs rappellent l'importance d'une communication face-à-face (Howard, 1996). À mi-chemin, nous retrouvons des auteurs (Rupp, 1996) qui considèrent qu'un mélange entre communication face-à-face et électronique représente la meilleure stratégie : « Studies continue to suggest that most employees look to their immediate supervisors as their chief source of information. » (p. 16) Toutefois, pour Stein, Bentley et Wanta (1998), il apparaît clair que « this verbal culture is falling behind the demands of the modern work environment. » (p. 8) L'impact des nouvelles technologies est effectivement indéniable dans l'environnement de travail actuel, facilitant grandement les communications latérales et augmentant ainsi les risques de rumeurs. Ceci met en évidence l'importance des communications internes, souvent responsable d'offrir aux différents publics internes un reflet de l'organisation. Dans un contexte où les employés disposent de différents outils facilitant leurs échanges, il demeure important de transmettre clairement et honnêtement le discours officiel de l'entreprise aux employés. Ce message n'est plus l'unique référence des employés, comme ceci fût jadis le cas, mais l'une des sources d'information des membres de l'organisation.

Au sein des organisations, certains employés, ou agents, ont le rôle de transmettre une « vision claire » de l'organisation et de faciliter les communications internes. Plusieurs outils sont à leur disposition, dont les publications, les rencontres formelles ou informelles, etc. Comme nous avons cependant pu le constater dans notre revue de la littérature, peu d'études semblent cependant porter sur le processus de construction de cette voix officielle, celle transmise par l'organisation à l'intention de ses membres. Alors qu'une grande partie de la littérature portant sur la voix organisationnelle emprunte des lunettes post-modernistes, tentant de comprendre la manière dont les membres font sens de l'organisation, peu d'auteurs s'intéressent à la voix organisationnelle officielle telle qu'elle est véhiculée par les hauts gestionnaires. Les rares qui s'y intéressent omettent également d'étudier le processus de création de cette voix. Une question subsiste cependant toujours : comment cette voix est-elle construite?

Pour répondre à cette interrogation, je propose d'emprunter la perspective de l'acteur-réseau, laquelle me semble la mieux à même de m'aider à rendre compte d'un tel processus. Dans ce qui suit, je présenterai ce cadre théorique que je compte mobiliser pour ma recherche.

3. CADRE THÉORIQUE

Dans la littérature existante, nous avons vu que la voix organisationnelle est fréquemment analysée a posteriori, comme un fait accepté et établi, comme si cette voix existait d'emblée ou que tous les gestionnaires tenaient le même discours. Or, dans plusieurs organisations, dont celle que nous avons étudiée, des équipes sont chargées de conseiller les gestionnaires et de « réguler » le discours de l'organisation, de « contrôler » sa voix officielle. Par « réguler » et « contrôler », nous n'entendons pas nécessairement « manipuler », mais aussi bien « améliorer » qu'« assurer une bonne gestion » (tel que notre revue de littérature sur les médias d'entreprises l'a indiqué) puisqu'il ne faut pas oublier que chaque gestionnaire possède une voix distincte, même s'il doit également parler au nom de son organisation, et qu'il représente cette organisation aux yeux de plusieurs subalternes. Avant de pouvoir étudier le discours de l'entreprise, il demeure donc nécessaire de se pencher sur sa création et ses rouages.

Dans cette étude, je propose d'étudier comment se construit la voix organisationnelle par l'intermédiaire de la théorie de l'acteur-réseau, encore appelée parfois sociologie de la traduction, telle qu'elle est proposée par Michel Callon (1986), John Law (1986a et 1986b) et surtout Bruno Latour (1999 et 2006). Née du besoin de redéfinir la sociologie à partir d'un point de vue performatif, cette approche suppose que plusieurs actants participent à la production et reproduction de collectifs à géométrie variable, que ces collectifs soient des organisations, des sociétés, des groupes de travail ou encore des partis politiques (Latour, 2006). Il s'agit donc de mieux comprendre comment ces actants s'associent les uns avec les autres pour produire ces formes collectives. Comme le rappelle Latour (2006) :

Nous pouvons désormais adopter comme réglage par défaut, avant que l'enquête ne commence, le principe selon lequel tous les acteurs que nous allons déployer peuvent se trouver associés de telle sorte qu'ils font agir les autres. (p. 155)

Ainsi, les entités collectives (groupe, organisation ou société) doivent être décrites en termes d'actions. Ce sont ces actions qui, selon Latour, structurent les groupes en faisant intervenir autant les humains que les non humains. « À notre grande surprise, une fois que la frontière

artificielle séparant le social du naturel est abolie, les entités non humaines se montrent capables de revêtir des apparences surprenantes. » (Latour, 2006, p. 160) Il faut dès lors se pencher sur les différentes contributions (humaines ou non humaines), puisque c'est à l'intérieur des réseaux d'association qu'on découvre le fonctionnement des entités collectives. Voici quelques éléments clés de la théorie de Latour qui nous guideront lors de la recherche.

Les actants

Tel qu'il a été mentionné précédemment, notons que Latour considère que les objets ont une capacité d'agir (ou de faire agir), faisant d'eux ce qu'il appelle des actants :

« [...] toute chose qui vient modifier une situation donnée en y introduisant une différence devient un acteur – ou, si elle n'a pas encore reçu de figuration, un actant. Par conséquent, la question qu'il convient de poser au sujet de tout agent est tout simplement la suivante : introduit-il ou non une différence dans le déroulement de l'action d'un autre agent? »

(Latour, 2006, p. 103)

À titre d'exemple, un lien hypertexte dans une infolettre (*newsletter* électronique) nous incitera à cliquer afin d'obtenir plus d'information ou encore un dos d'âne nous incitera à ralentir sur la route. En remontant les causalités, nous observons donc que le lien hypertexte agit au nom, notamment, de l'auteur de l'infolettre et que le dos d'âne agit au nom des autorités (ou d'un comité de citoyen ayant demandé que soit ralentie la circulation). Dans tous les cas, ces actants possèdent une « agentivité » (*agency*) puisque leur simple présence permet généralement de provoquer un comportement donné, comportement dont l'origine peut être attribuée au réseau d'actants auquel il participe.

Intermédiaire / médiateur

Latour trace une distinction entre la notion d'intermédiaire et de médiateur. « Une concaténation de médiateurs ne dessine pas les mêmes connexions et ne requiert pas le même type d'explications qu'un cortège d'intermédiaires transportant une cause » (Latour, 1999, p. 155). L'intermédiaire est un transporteur qui, apparemment, ne transforme aucunement l'information ou l'action. Il est donc permis d'affirmer que son intrant et son extrant sont alors

considérés comme identiques. Les médiateurs, quant à eux, « transforment, traduisent, distordent et modifient le sens ou les éléments qu'ils sont censés transporter » (Latour, 2006, p. 58). C'est alors le rôle de l'observateur que de souligner sa contribution. Soulignons également que les médiateurs ont le pouvoir de faire faire des choses à d'autres médiateurs, ce qui donne ainsi naissance à une chaîne d'action. Pour saisir la dynamique organisationnelle, il devient intéressant de tracer le réseau d'actants traités comme médiateurs.

Il est à noter que, selon la théorie de l'acteur-réseau, tout intermédiaire est un médiateur qui s'ignore, dans la mesure où ledit intermédiaire fait, par définition, quelque chose. Autrement dit, il contribue, qu'on le veuille ou non, au processus dans lequel il s'insère. D'un point de vue méthodologique, il est cependant parfois utile de ne pas s'attarder sur certains acteurs en les traitant comme de simples intermédiaires, ce qui permet alors de se focaliser sur d'autres contributions qui nous apparaissent plus importantes. Bien entendu, ce choix comprend toujours une part d'arbitraire et peut être contesté.

Traduction

Selon Callon (1986), le phénomène de traduction est une façon d'expliquer les associations qui se créent au sein d'une organisation. Il s'agit d'un concept important qui permet de comprendre la dimension organisante de la communication puisque la traduction représente l'articulation entre deux événements (Cooren, 2000, p. 185). Cette traduction s'opérationnalise, selon Callon, en trois étapes : la problématisation, où l'acteur humain prend connaissance des intérêts des autres acteurs; la négociation, où ce même acteur tente de convaincre les autres acteurs d'accepter sa définition; et enfin l'enrôlement, lorsque les acteurs acceptent sa définition. Il apparaît donc que le phénomène de traduction, par la négociation, facilite la coexistence des acteurs et leur collaboration.

À ce sujet, Cooren (2001) écrit : « An interesting manner of associating one's interests or actions with another actor consists, for example, in speaking or acting on its behalf. » (p. 184) La traduction est ainsi une opération durant laquelle on représente quelque chose d'autre en faisant intervenir cette personne ou cette chose dans un projet particulier. Plus près de notre cas à

l'étude, nous retrouvons également la notion de porte-parole qui parle pour le groupe ou au nom du groupe. Cooren (2006), qui reprend les propos de Taylor et Van Every (2000), parle ainsi de représentation: « According to this approach, a collective entity like a group, organization, or society exists through all the entities that act or speak on its behalf. » (p. 83). Soulignons donc que la représentation est une action puisque « re-présenter » consiste à rendre un être, un collectif ou un objet présent aux yeux d'autres personnes. Tel qu'il a été mentionné précédemment, ces porte-parole ne sont pas nécessairement de nature humaine et peuvent être des objets, tel un logo, une publication officielle ou un immeuble. Une organisation peut donc être comprise à travers toutes les entités qui parlent ou agissent en son nom.

Selon Latour (2006), l'action n'est pas « transparente » en ce sens où la question de son origine est toujours ouverte. Se basant sur une proposition de Cooren (2000), Latour précise que l'action n'est jamais localisable, mais toujours dislocale : « Si l'on dit qu'un acteur est un acteur-réseau, c'est d'abord pour souligner à quel point l'origine de l'action est source d'incertitude [...] » (p. 67). L'action est donc décentralisée parmi tous les acteurs qui participent à sa performance. « Ainsi, l'action est toujours empruntée, distribuée, suggérée, influencée, dominée, trahie, traduite. » (p. 68)

Cooren (2001) précise que toute tentative de mobiliser des acteurs, avec diverses stratégies, peut être considérée comme une traduction. Dans un projet donné, toutes les traductions peuvent être interprétées comme autant de sous-projets dont le but est la mobilisation d'un acteur particulier contribuant à la mise en place ou en forme de ce qui est projeté. Ce sont ces processus que nous comptons étudier ici.

Bref, c'est principalement cette notion de « traduction », telle qu'elle est proposée par Bruno Latour et ses collègues, que nous utiliserons afin d'étudier les rapports entre les différents intervenants du processus de création de la revue. Cette approche demande à ce que des entités collectives soient toujours décrites en termes d'actions. Ce sont ces mêmes actions qui structurent les groupes, en faisant intervenir des humains et des non humains. C'est donc à l'intérieur des réseaux d'association créés que nous espérons pouvoir découvrir la manière dont

se construit la voix organisationnelle de cette organisation. Pour y parvenir, je ferai usage principalement de la notion de « traduction », mais également de celle « d'actant » et de « traducteur/médiateur », tels qu'ils sont décrits précédemment.

Maintenant que nous avons passé en revue ces principaux concepts, il importe de se rappeler que l'approche de l'acteur-réseau tend, méthodologiquement parlant, à tracer des liens du réseau socio-technique, ce qui influence la manière dont on peut appréhender la dynamique des relations que nous désirons observer. Ce sont ces méthodes que nous allons maintenant présenter.

4. MÉTHODOLOGIE

Nous avons privilégié la recherche qualitative dans cette étude afin de mieux cerner et comprendre la vision des sujets. Flick (1999) indique que cette approche a pour objectif de comprendre les événements et les phénomènes de l'intérieur :

We need methods capable of providing an understanding of people's views of things and processes, that we need to delve into the depths of case studies rather than start immediately, in a comparative view, with given categories to fill in with people's attitudes and actions, behaviours and developments. (p. 116)

Étant moi-même un membre actif du groupe observé et étudié, j'ai utilisé l'approche qui consiste en l'observation participante des activités étudiées. Mon rôle au sein de l'équipe m'amène notamment à agir à titre de rédacteur en chef de la revue que nous analyserons. Cette position privilégiée m'a permis d'être en plein cœur du processus de création et d'être au courant de tous les changements et de la majorité des conversations que sa production a générées. Ce statut m'a également permis de mettre en contexte les décisions qui ont été prises puisque je connaissais l'organisation, l'équipe et l'historique de cette revue. Toutefois, cette proximité du sujet étudié pourrait être perçue par certains comme un risque de biais et un manque de recul. En misant sur la description et la documentation, et ce, de façon aussi fidèle et exhaustive que possible, et en effectuant l'analyse a posteriori, j'estime que ce risque a été calculé et qu'il a été largement compensé par les nombreux avantages précédemment mentionnés.

Dans un premier temps, j'ai donc mis à plat toutes les composantes de cet univers qu'est la création d'un magazine d'entreprise. Il s'agit d'ailleurs du mode de travail privilégié par la théorie de l'acteur-réseau : observer, questionner et décrire. Pour ce faire, j'ai décrit, suivi, filmé et documenté le plus fidèlement et précisément possible toutes les étapes de création dudit magazine, de la première rencontre de planification jusqu'à la distribution aux employés (voir Tableau I). Callon (1986) indique que la description permet de restituer différents points de vue, en s'abstenant de prendre partie. Ainsi, la perspective de l'acteur-réseau m'a permis d'observer et de décrire les interactions, sans établir de priorité ou de hiérarchie, entre le rédacteur en chef de la revue interne et les différents intervenants, le tout afin de mieux comprendre l'ensemble des relations, négociations et traductions qui s'opèrent entre les acteurs.

C'est grâce à une description détaillée de ces réseaux d'associations que j'ai pu découvrir les mécanismes par lesquels la voix officielle d'une organisation internationale se constitue.

4.1 AUTORISATIONS DE RECHERCHE

Avant d'entreprendre cette recherche, j'ai d'abord obtenu l'autorisation verbale de la directrice de l'équipe de la Planification et des communications internes. Avant de rencontrer toutes les personnes impliquées dans le processus de création, j'ai également rencontré le vice-président principal qui m'a autorisé, par écrit, à réaliser cette étude. Ensuite, toutes les personnes touchées ont été informées des points généraux de l'étude. Pour ce faire, j'ai remis à chacun d'eux un document (formulaire de consentement) présentant la nature de ma recherche, les objectifs visés ainsi qu'un aperçu de la méthodologie qui serait utilisée. Tous les membres de cette équipe étaient libres de participer à l'étude et pouvaient se retirer en tout temps, sans devoir fournir de raison particulière. Ceux-ci ont également eu l'occasion de me poser toutes les questions qu'ils auraient pu se poser. J'ai également assuré les personnes qui participaient à cette recherche que leur identité, ainsi que celle de l'organisation, seraient maintenues confidentielles. Toutes les personnes impliquées dans le processus de création de la revue ont accepté de participer à mon étude et ont signé le formulaire de consentement (Annexe D).

Lorsque toutes ces autorisations ont été obtenues, j'ai pu commencer la collecte de données. Au cours de l'observation, certains intervenants se sont ajoutés. Ceux-ci étaient alors immédiatement informés de l'étude en cours et étaient invités à signer le formulaire de consentement.

4.2 LA COLLECTE ET LA TRANSCRIPTION DES DONNÉES

Puisque la création de cette revue a mis en relation plusieurs intervenants, différents moyens ont été utilisés afin de recueillir les données. D'abord, la majorité des rencontres étaient filmées ou enregistrées. Ainsi, tant les paroles dites que les intonations et le langage corporel étaient enregistrés pour l'analyse ultérieure. Comme plusieurs discussions impromptues ont eu lieu, j'ai également noté dans un cahier de bord le résumé de ces rencontres que je ne pouvais enregistrer par caméra vidéo ou magnétophone.

J'ai également demandé à toutes les personnes impliquées de me faire parvenir une copie des courriels qu'ils avaient échangés concernant cette édition de la revue. Tous ces courriels, y compris les miens, ont été compilés puis classés par ordre chronologique.

Dans mon cahier de bord, j'ai également pris quelques notes au fur et à mesure. Chaque fois, je notais la date et l'heure, ainsi que le contexte général.

Toute l'information recueillie, tous types confondus, soit les transcriptions de rencontres, courriels et notes, ont été assemblés linéairement et chronologiquement dans un seul document, et ce, au fur et à mesure que la recherche se déroulait. Cette façon de procéder me semblait la plus simple, efficace et complète. Ainsi, lorsque le processus de création de la revue s'est terminé, ma collecte de donnée l'était également. Je m'assurais de ne rien perdre ou oublier. Dans cette première version du document, toutes les données étaient copiées. Puis, j'ai fait un premier tri, retirant ce que je jugeais non nécessaire, dont les blagues, commentaires personnels ou les renseignements n'étant pas reliés au sujet de ma recherche. Je me suis également permis de retirer l'information qui se répétait afin d'alléger le document (la version finale du document se trouve à l'Annexe B).

4.3 ENTREVUES SEMI-DIRIGÉES

Afin de compléter la collecte de données et d'avoir accès au sens que certains journalistes attribuent à leurs pratiques, j'ai également réalisé trois entrevues semi-dirigées d'environ 15 minutes, et ce, à la fin de la période de rédaction. J'ai ainsi eu, à travers leurs commentaires, « un accès direct à l'expérience des participants » (Bonneville, Grosjean et Lagacé, 2007, p. 178), alors que tout le processus était encore frais à leur tête, mais une fois celui-ci terminé, afin de ne pas l'influencer. Comme l'indique Deslauriers (1991) : « Le but de l'entrevue est de savoir ce que la personne pense et d'apprendre des choses qu'on ne peut observer directement, comme les sentiments, les idées et les intentions » (p. 34). Plusieurs types d'entrevues étant a priori possibles, j'ai préféré une approche semi-dirigée puisqu'elle permet de couvrir des thèmes prédéfinis tout en gardant la porte ouverte à des relances grâce à des questions d'orientation (Bonneville, Grosjean et Lagacé, 2007, p. 175). Ce choix m'a permis de valider certaines interprétations et de mieux comprendre les choix éditoriaux qu'ils ont faits. Avant de rencontrer les trois personnes interviewées, j'ai d'abord préparé une grille d'entrevue (questions informatives, descriptives et d'investigation), que vous trouverez en Annexe C, avec la transcription complète de ces entrevues.

4.4 SÉLECTION ET ANALYSE DES DONNÉES

Une fois la recherche sur le terrain et les notes retranscrites, j'ai relu attentivement l'ensemble des données recueillies. Ce faisant, j'ai surligné les passages qui me semblaient pertinents (décisions majeures, exemples de traduction ou de saut interprétatif, jeux de pouvoir ou hiérarchique, changement, etc.). L'analyse des données s'est donc effectuée à partir de cette première sélection. Pour approfondir ma réflexion, j'ai évidemment dû plonger à plusieurs reprises dans mes notes de terrain afin d'étayer mon propos.

Puisqu'elle s'intéresse principalement aux interactions, la théorie de l'acteur-réseau m'a semblé très pertinente pour bien analyser le processus de création de la voix organisationnelle. En observant chacune des pièces du casse-tête, et comment celles-ci interagissent, j'ai pu

reconstruire le mécanisme de création de la voix organisationnelle de cette entité sociale. Tel qu'il a été mentionné plus tôt, c'est le concept de traduction qui m'a été le plus utile.

Voyons maintenant les différentes formes de traduction que j'ai principalement recherchées. Le premier type de traduction a lieu lorsqu'une personne traduit les paroles, les intentions ou les désirs d'une autre personne. La traduction s'explique par le fait que ce qu'une personne exprime, pense et désire est représenté par une autre personne. Bien que le discours ait probablement changé, la personne traduite est censée tout de même être en mesure de se reconnaître dans la transformation (fidélité de la traduction par opposition à la trahison). Ce type de traduction implique donc un porte-parole. Effectivement, lorsqu'une personne traduit les propos d'une autre, elle se positionne comme son porte-parole, que ce soit officiellement ou de façon plus officieuse.

Le second type de traduction est de type conceptuel. Ici, une personne traduit une idée ou un concept par quelque chose d'autre. Cette traduction survient lorsqu'on exprime un concept en d'autres termes. Ce concept peut prendre plusieurs formes : un objectif, une action, un artefact, une donnée, voire même un nombre de pages. Un exemple serait lorsqu'une personne transforme en nombre de pages un projet d'article.

Bien entendu, cette liste est loin d'être exhaustive et j'ai fait appel à d'autres types de traduction au moment de mon analyse : la traduction d'un artefact en un autre, la traduction d'une action en une autre, etc. Toutefois, les deux définitions mentionnées ci-dessus représentent le centre de mon analyse pour cette recherche. Ces traductions, j'en suis convaincu, participent activement au phénomène de l'organisé, ce que je tenterai de démontrer dans ce qui suit.

5. MISE EN CONTEXTE

Afin de mettre en contexte ma recherche et les données recueillies, vous retrouverez dans ce qui suit une description de l'entreprise dans laquelle cette étude a été réalisée. Je décrirai également les rôles et responsabilités des principaux intervenants concernés et ferai un bref survol de la revue étudiée. Pour compléter le tout, vous trouverez en Annexe A les définitions de quelques termes et concepts propres à ce milieu.

5.1 DESCRIPTION DE L'ORGANISATION

L'organisation dans laquelle cette recherche s'est déroulée est une entreprise culturelle québécoise d'envergure internationale. Bien que son champ d'action s'étale dans plusieurs domaines (marchandisage, musique, vidéo, événements, etc.), le spectacle est son principal produit. Au moment de la recherche, soit au début de 2008, cette entreprise présentait environ 15 spectacles, aux quatre coins de la planète. Le siège social de cette organisation est situé à Montréal (Canada) où plus de 2 000 personnes travaillent, tandis que 1 800 employés travaillent, quant à eux, sur les autres sites où l'entreprise a un pied-à-terre, que ce soit de façon permanente (spectacles fixes) ou temporaire (spectacles de tournée). Au sein de l'organisation, chacune des divisions est dirigée par un vice-président principal. L'équipe observée (voir Tableau 2) lors de cette étude, celle de la Planification et des communications internes, relève directement du vice-président principal – Organisation et culture. Certaines équipes et directions de ce service ne seront pas mentionnées puisqu'elles ne sont pas impliquées dans le projet étudié. Il en va de même pour la majorité des employés relevant des autres services.

Voyons maintenant les principaux membres de l'équipe que j'ai observés. Catherine est la directrice de l'équipe responsable du magazine. Son adjoint, Jean-Pierre, est le responsable immédiat de l'équipe de la planification ainsi que de celle des médias internes. Il est donc le gestionnaire responsable de cette revue. Le rédacteur en chef est Philippe, qui travaille en collaboration avec Annie, la coordonnatrice. François est le conseiller principal de qui relèvent tous les conseillers en communication, soit Marc-André, Tom, Marie-Eve et Sonia. Tous les membres de l'équipe de la Planification et des communications internes sont les rédacteurs habituels de la revue. Lorsque la charge de travail est trop grande, certains rédacteurs pigistes collaborent. Ces pigistes ne sont pas des employés de l'entreprise. Dans le cas présent, Lucie est une ancienne employée qui a déjà travaillé pour cette équipe dans le passé, avant de partir en tournée avec l'un des spectacles, pour éventuellement devenir rédactrice pigiste.

Gloria est, quant à elle, une employée d'un autre service, la Citoyenneté. Cette équipe est notamment responsable de l'engagement social de l'entreprise. Cette personne est

responsable (non officiellement) de s'assurer que les actions de son équipe soient communiquées au reste de l'entreprise, d'où sa collaboration sporadique avec l'équipe de la Planification et des communications internes. Les autres intervenants, Pierce, Marie-Eve et Charles, sont des membres de l'équipe graphique du Service marketing, responsable notamment du montage visuel de la revue.

Tous ces intervenants connaissent très bien la revue ainsi que son mode de fonctionnement et n'en sont pas à leur première collaboration.

5.2 LA REVUE ÉTUDIÉE

La revue étudiée est publiée huit fois par année à l'attention des 3 800 employés de l'entreprise. Il s'agit d'une revue bilingue (français et anglais) qui traite de sujets concernant tous les employés. Le contenu de cette revue est décidé lors d'une rencontre de planification organisée avec l'ensemble des membres de la Direction de la planification et des communications internes. Une fois les articles rédigés, habituellement par les membres même de l'équipe, ceux-ci sont approuvés par divers membres de l'organisation concernés par les sujets traités. L'équipe graphique s'occupe du montage graphique de la revue. Le numéro étudié est celui de mai 2008 (volume 17, numéro 3). Les termes et concepts propres à cette étude se trouvent en Annexe A.

Voici maintenant la description et l'analyse du processus de création de la voix organisationnelle, en utilisant comme sujet principal la production de leur revue. Certaines notes personnelles ainsi que des extraits de mes interactions avec les divers intervenants illustreront mon analyse.

6. DESCRIPTION ET ANALYSE DU PROCESSUS DE CRÉATION DE LA VOIX

ORGANISATIONNELLE

Dans cette section, vous retrouverez, de la manière la plus exhaustive possible, les étapes importantes du processus de création de la voix organisationnelle par la production d'une

édition de la revue que nous nommerons simplement *Revue (ou revue)*. Cette description sera faite de façon linéaire afin de rendre compte le plus fidèlement possible de l'évolution du projet.

Le processus de création de cette revue peut être divisé en trois étapes : la rencontre de planification, où les grandes décisions éditoriales sont prises, le processus rédactionnel – entrevues, recherche et rédaction – où les articles prennent forme, puis finalement la production graphique, où le contenu est mis en page. Pour cette analyse, notre attention sera davantage portée sur les deux premières étapes qui se rapportent plus particulièrement à la voix organisationnelle. Ceci dit, l'étape de la production graphique propose plusieurs exemples de traduction que nous survolerons.

Dans ce qui suit, j'utiliserai l'italique pour marquer les moments où je passe d'un mode descriptif à un mode plus analytique, mode dans lequel je fais généralement intervenir une réflexion sur les processus de traduction qui sont à l'oeuvre.

6.1 LA RENCONTRE DE PLANIFICATION

Toutes les six semaines environ, l'équipe de la Planification et des communications internes se rencontre afin de planifier le contenu et les grandes lignes éditoriales de la publication. Pour le numéro étudié, ceci ne fait pas exception. Le vendredi 11 janvier, en tant que rédacteur en chef de la revue étudiée – notons que je parlerai de moi à la troisième personne du singulier dans cette analyse, et ce, afin d'éviter toute confusion et limiter une impression de subjectivité que l'usage du « je » pourrait dégager – Philippe invite toute son équipe à une rencontre prévue le 7 février. Bien que la plupart des décisions seront prises au moment de cette rencontre, Philippe, aidé par sa collègue Annie, prépare à l'avance une liste de sujets qui pourraient être traités, qui comprend notamment l'événement de Zaragoza, un article sur l'histoire de la magie, la nomination de Maryse au poste de vice-présidente et la sécurité des spectacles de tournée.

L'entreprise étant une entité morale, elle ne s'exprime qu'à l'aide de ses représentants. En tant que rédacteur en chef de la revue, Philippe en devient l'un des porte-parole. On voit donc déjà, dans la liste de sujets qu'il prépare, une première traduction. Utilisant son expérience et sa

connaissance de l'entreprise, et faute de pouvoir consulter l'entreprise (une entité morale) ou l'ensemble des employés, Philippe, en compagnie d'Annie, détermine à l'avance un contenu éditorial qu'il considère refléter la réalité de l'entreprise, l'objectif principal de la revue. Cette sélection de sujets est le résultat de plusieurs rencontres et discussions, formelles ou informelles, survenues depuis la dernière publication. À titre d'exemple, dans l'édition précédant celle que nous étudions, un article avait été rédigé sur une jeune artiste devenue entraîneuse. Cette information avait été recueillie pendant un dîner avec une collègue lors d'un déplacement à l'étranger. D'autres sujets, comme la nomination d'une vice-présidente, est une information privilégiée qui a été acquise lors de la préparation du plan de communication. À l'occasion, une personne peut communiquer avec Philippe ou Annie pour leur proposer des sujets. La liste contient parfois des sujets qui avaient été sélectionnés pour une édition précédente mais dont la publication n'a pas été possible pour diverses raisons. De plus, toutes les semaines, l'équipe de la Planification et des communications internes se rencontre pour partager l'évolution de leurs dossiers respectifs. Ces rencontres constituent une riche source d'information puisque certains membres de l'équipe ont un lien privilégié avec la haute direction et, par le fait même, sont au fait des dossiers qui animent, ou animeront, l'organisation.

Il importe de souligner qu'une dimension intuitive se cache donc derrière la liste de sujets préparés par Philippe et Annie. Celle-ci constitue donc le premier saut interprétatif du processus, le premier choix éditorial, la première traduction. La rencontre de planification servira notamment à valider et questionner cette première lecture de l'entreprise.

Bien qu'il discutera de cette liste de sujets avec ses collègues à la rencontre de planification, cette première traduction est très significative. D'abord, puisqu'elle reflète l'aspect arbitraire du processus – effectivement, un autre rédacteur en chef aurait pu établir une liste tout à fait différente, selon son regard sur l'organisation, selon les informations auxquelles il a accès (ceci relève donc en partie du « hasard » et des contacts établis dans l'organisation) – tout en démontrant le risque de trahison. Bien que cette liste se base principalement sur des éléments factuels vérifiables, certains choix ont été faits et plusieurs éléments n'ont pas été considérés, soit volontairement ou par manque d'information. Comme Philippe arrive à la réunion avec une

idée en tête, on peut donc affirmer qu'en début de processus, la voix de l'entreprise est en partie le résultat du regard somme toute assez subjectif qu'il porte sur celle-ci.

La rencontre de planification devient donc « l'assurance » de Philippe, une façon de confirmer la traduction qu'il se fait de sa propre organisation et de ses intérêts. Ceci étant dit, ceux qui sanctionnent et bonifient cette première traduction font également partie de l'organisation. Leur regard demeure tout aussi subjectif. Comme c'est souvent le cas lorsqu'il est question de l'organisé, c'est souvent celui qui est traduit qui sanctionne la traduction. À titre d'exemple, il n'est pas rare qu'une personne interviewée pour un article approuve le texte du journaliste, en particulier pour des revues de type corporatif. Autre exemple : après la rédaction des minutes d'une assemblée générale, les personnes présentes à l'assemblée suivante doivent approuver le document. Durant cette rencontre, Philippe et ses collègues sont donc à la fois les traducteurs, les personnes traduites et ceux qui approuvent la traduction.

Effectivement, puisqu'ils sont employés de l'organisation et participent quotidiennement à son évolution, cette équipe fait partie de l'organisation qu'ils tentent de refléter. Ceci est encore plus évident dans le cas de l'article portant sur les résultats du sondage des communications internes puisque Marie-Eve devra écrire un article sur sa propre équipe. La revue qu'ils créent sert quant à elle à traduire la réalité de l'entreprise, à la « verbaliser ». Ils sont donc les traducteurs puisqu'ils rédigent la grande majorité des articles et effectuent des choix éditoriaux. Finalement, bien que d'autres personnes approuveront certaines parties de la revue, la version finale de cette publication, donc de cette traduction, est approuvée et sanctionnée par eux. Le choix final de publier un article ou non leur appartient totalement. Ils se voient donc attribuer un triple rôle dans ce processus.

La légitimité de leur troisième rôle, celui d'« approbateur », s'explique d'abord par leur statut officiel dans l'entreprise – un gestionnaire les a mandatés pour ces postes et leur a donc donné l'autorité sur certains projets relevant de leurs responsabilités – ainsi que par la nature de leur travail collaboratif. De fait, puisque les décisions sont censées se prendre de façon collaborative, il est tenu pour acquis (à tort ou à raison) que leurs choix représentent mieux la réalité de l'entreprise.

Certains membres de l'équipe, responsables des communications pour leurs clients internes, préparent également des thèmes et des sujets qu'ils aimeraient mettre en lumière. Dans le cas présent, Sonia avait déjà approché Diane, responsable du programme « À la croisée des chemins », pour rédiger un article sur les employés ayant utilisé ce programme. Cette première démarche avait été effectuée avant la rencontre de planification.

Encore une fois, l'expérience de la conseillère lui permet de savoir qu'il s'agit d'un sujet d'intérêt et qu'un article dans la revue lui permettrait de rejoindre ses objectifs de communication. Il est intéressant de noter ici l'intérêt caché derrière ces deux traductions. Pour Philippe, sa traduction (la liste de sujets qu'il prépare à l'avance) vise à refléter une certaine réalité de l'entreprise (ou plutôt la réalité qu'il considère être celle de l'organisation). En résumé, nous pourrions formuler l'équation suivante : Réalité telle qu'elle est perçue par Philippe → Contenu rédactionnel potentiel. Philippe ne tente pas d'atteindre un objectif précis, si ce n'est celui de refléter, de « re-présenter » (autrement dit, rendre présent), de traduire le plus fidèlement possible la réalité de l'organisation, ce qui est la raison d'être de la revue. Or, la traduction faite par Sonia est davantage intéressée et fonctionnelle. Comme elle agit à titre de conseillère pour un client interne, elle semble désirer avant tout atteindre un objectif précis : faire connaître un programme. L'équation de cette traduction se lirait donc ainsi : Objectif X → Approche éditoriale → Contenu rédactionnel.

La traduction de Philippe est encore incomplète. Il ne s'agit que d'une première lecture sommaire de l'organisation (sa lecture personnelle) afin d'en ressortir les points marquants, une liste d'idées à exploiter. Celle de Sonia est plus complète (mais aussi plus étroite) puisqu'elle est censée correspondre à l'objectif de son client. Il s'agit donc dans son cas d'une approche éditoriale (sur laquelle nous reviendrons plus tard), ce qui souligne réellement le phénomène de traduction et le rôle de médiateur de Sonia. Il en résulte un contenu rédactionnel proposé.

Le jour de la rencontre, Philippe remet à tous les membres de son équipe la liste des sujets envisagés, puis les invite à proposer leurs sujets. Sonia propose officiellement l'article sur le programme « À la croisée des chemins ». Voici une transcription de l'extrait de l'échange :

Sonia	Moi j'aimerais faire un article sur <i>La croisée des chemins</i> , comme nous devons le faire le mois passé. C'est une présentation des services
-------	---

- offerts par le programme. Nous profiterons du lancement de leur site Web, accessible en tout temps de partout, par tout le monde. Pour rendre le tout un peu plus (0.5) humain, nous allons aussi avoir des petits profils d'artistes. L'un d'eux est un artiste devenu coach et puis d'autres personnes qui prennent des cours, heu... leurs démarches.
- Myriam Il y a Denise aussi, de *Spectacle 09*, ce serait l'fun
- Sonia J'ai pensé à elle mais je ne sais pas si elle avait utilisé les services de *La croisée des chemins*.
- Myriam Même si elle ne les a pas utilisés, ce serait bien de dire que (2.0) Qu'est-ce qu'elle pense du programme?
- Sonia Je pense que je vais l'appeler.
- François Ou simplement, ça peut illustrer qu'on peut progresser dans l'entreprise, donc heu... le potentiel.
- Myriam Il y avait une fille aussi à la paye. Heu... Karine je crois. Je ne sais pas si elle est encore là. Elle, elle était sur *Spectacle 09* puis elle est venue à la paye. Heu... il y a une possibilité là je crois.
- Sonia J'ai reçu plusieurs noms de l'équipe de *La croisée des chemins*, mais si vous avez d'autres exemples, faites moi signe
- Philippe Ton article et les profils, on parle d'environ deux pages? (0.5)
- Sonia Oui, heu... d'après moi deux c'est bon. (1.0)

Tel qu'il a été indiqué plus tôt, le rôle de médiateur de Sonia s'exprime pleinement dans son choix éditorial. L'objectif de l'équipe du programme est de faire parler d'eux, de faire connaître cet outil. Pour y parvenir, Sonia propose d'utiliser le lancement de leur nouveau site Web comme justification pour aborder le sujet, ce qui revient à effectuer une traduction, dans la mesure où elle tente de traduire son projet de telle manière qu'il apparaisse intéressant à ses interlocuteurs. Ici, la traduction s'exécute par la dimension événementielle du lancement du site Web. S'il y a événement, cela mérite qu'on en parle dans la revue (c'est en tout cas la traduction qu'elle espère obtenir de l'équipe et surtout de Philippe). Elle utilise donc un événement factuel comme porte d'entrée pour traiter d'un sujet plus vaste. Elle envisage également d'écrire un bref survol des services qu'ils offrent. Toutefois, c'est sur l'aspect « plus... (0,5) humain » qu'elle mise en incorporant des profils d'artistes ayant utilisé ce programme. Elle met alors l'emphase sur les artistes eux-mêmes, sur leurs expériences et leurs démarches. Cette traduction de l'objectif vers un contenu rédactionnel implique nécessairement un choix éditorial. Dans ce cas-ci, elle mise sur l'aspect humain qu'elle semble vouloir rendre présent dans l'article.

En entrevue semi-dirigée, réalisée à la fin du processus de rédaction, Sonia confirme que ce choix était délibéré : « Je voulais montrer l'aspect plus humain, vraiment, du programme. [...] »

Je voulais montrer qu'il y a différentes expériences ». Pour y parvenir, elle misera sur la multiplicité des exemples. Elle inclura également plusieurs citations :

« Puisque c'est très personnel comme expérience qu'ils partageaient, j'ai cru que c'était plus... heu (0.5) la façon la plus vraie, dans le fond, de (1.0) communiquer les informations plutôt que de reprendre leurs paroles pour les intégrer dans un texte plus formel. Je leur ai donné la parole directement, tsé ».

Donner la parole à différents artistes ayant vécu cette expérience est donc présentée / traduite par Sonia comme une façon d'être plus « humain » et plus « vrai ». Pour Sonia, ce choix éditorial constitue une traduction de l'objectif, un concept, vers un contenu rédactionnel, un texte.

De leur côté, Myriam et François proposent implicitement que cet article devienne plus large que le seul programme lui-même, lorsqu'ils suggèrent de démontrer que l'on peut progresser au sein de l'entreprise. Cette suggestion, si elle avait été retenue, aurait pu être considérée par certains comme une sorte de trahison dans la mesure où elle aurait pu ne pas rencontrer l'objectif des clients de Sonia. Comme nous le verrons plus tard, Sonia n'a pas suivi ces recommandations, son objectif principal étant le programme lui-même, et non pas les opportunités d'avancement au sein de l'organisation. Ceci s'explique probablement par le fait qu'elle agit au nom d'un client interne.

Finalement, Philippe traduit le concept de cet article en nombre de pages : « Ton article et les profils, on parle d'environ deux pages? » Alors qu'on vient à peine de proposer cet article et que le processus rédactionnel n'est pas encore débuté, on voit comment Philippe tente déjà de traduire cet article en des termes compatibles avec la troisième étape, la production graphique. Comme cette discussion prendra fin après la réponse de Sonia : « (0.5) Oui, heu... d'après moi deux c'est bon. » et se poursuivra sur un sujet différent par Jean-Pierre, on peut en déduire que ceci confirme que l'article est officiellement retenu. Le fait que Philippe traduise cet article en nombre de pages semble être le moment qui marque la transition entre l'idée et le projet.

Notons toutefois que le moment où tous les projets d'articles sont officiellement acceptés survient lorsque Philippe fait parvenir, après la rencontre, la planification de la revue (nous y reviendrons plus en détail ultérieurement). Durant la rencontre, il n'est jamais mentionné

explicitement qu'un article est retenu. C'est habituellement une question sur le nombre de mots ou de pages qui marquera implicitement l'acceptation et le passage vers une autre discussion.

Immédiatement après, Jean-Pierre demande à ses collègues où en sera l'entreprise en ce qui concerne ses activités lorsque la publication sera distribuée :

- | | |
|-------------|--|
| Jean-Pierre | Si on se fait un calendrier des activités au moment de sortir, heu... à quoi ça ressemble? (0.5) Au moment de la publication, qu'est-ce qu'on va être en train de faire? On va-
(2.5) |
| Marie-Eve | On va annoncer les gagnants de la Concours Innovation.
(1.5) |
| Philippe | On est à un an du lancement de <i>[Compagnie] 2009</i> . Est-ce qu'on veut en parler?
(0.5) |
| François | Y'a trois autres shows avant
(1.0) |
| Jean-Pierre | C'est trois shows-là (0.5), est-ce qu'on les couvre aussi? |
| Marie-Eve | On a l'histoire de la magie, dans la liste. |
| Jean-Pierre | Y'a donc un lien avec <i>Production 03</i> .
(1.0) |
| [...] | [...] |
| Jean-Pierre | Donc, à ce moment-là, on a deux autres shows? |
| Marc-André | Mais on les a couverts. |
| Philippe | En janvier, on a couvert les trois. (0,5) On a présenté les trois metteurs en scène qui nous parlaient de leur spectacle. Puis en février, on a fait un spécial enfance. Avril est le numéro trois. Si on revient sur les spectacles, il faut avoir quelque chose de plus à dire que janvier. Puis en ce moment, je ne crois pas que ce soit le cas. |
| Marc-André | Je ne crois pas non plus. |
| Myriam | Y'a juste <i>Production 03</i> . Puis <i>Macao</i> et <i>Production 02</i> , ça va être plus tard. |
| Jean-Pierre | Ok
(1.0) |

Cet extrait illustre bien le désir de Jean-Pierre, tout comme celui de Philippe, que la revue reflète / représente / traduise / incarne « la » réalité de l'entreprise. François, le conseiller principal, ramène rapidement cette réalité aux trois prochains spectacles qui seront lancés en 2008. Les spectacles étant le cœur (core business) de l'entreprise, son discours y sont souvent reliés. La traduction que François semble faire est la suivante : Réalité de l'entreprise = « core business ». Le souci de Philippe, que Marc-André semble partager, est toutefois de ne pas avoir de nouvelles informations à diffuser : « Si on revient sur les spectacles, il faut avoir quelque chose de plus à dire que janvier. Puis en ce moment, je ne crois pas que ce soit le cas. »

(Philippe), « Je ne crois pas non plus » (Marc-André). On peut donc supputer que ces deux acteurs sont mus par un impératif de renouvellement et de nouveauté, impératif qui est lui-même censé traduire ce qui intéresse les lecteurs potentiels de la revue.

La voix de Marc-André est importante dans cet extrait puisqu'il parle implicitement au nom des équipes de production qui travaillent sur les trois nouveaux spectacles. Effectivement, en tant que conseiller pour les spectacles fixes et les productions, il devient la personne qui, pour ce groupe, rend présent l'ensemble de ces autres personnes absentes de la rencontre. Ainsi, il fait davantage qu'appuyer l'intuition de Philippe, il la confirme, dans la mesure où il est censé être aux premières loges de la réalité de ces spectacles, traducteur fidèle de leur réalité. On notera cependant qu'il prend cette position sans l'avoir validée avec ses différents intervenants. Cette sanction de Marc-André est toutefois acceptée de tous puisqu'il est officiellement leur porte-parole. La discussion à ce sujet prend donc fin dès qu'il confirme le manque d'information à diffuser à ce sujet.

Jean-Pierre demande ensuite s'ils devraient traiter de *La goutte*, une fondation de l'entreprise. Myriam précise : « C'est Tom ça. (1,0) Il est entré puis il est sorti. Il a fait un Houdini de lui-même. (1,0) Ce serait lui qui pourrait nous le dire si y'a quelque chose à mentionner... ». Philippe s'engage ensuite à valider avec Tom si un article sur cette fondation serait intéressant :

Jean-Pierre	La goutte ?
Denise	La goutte, oui !
Philippe	<i>La goutte</i> c'était en janvier, de mémoire. Février c'était [Compagnie] du Monde.
Myriam	C'est Tom ça. (1,0) Il est entré puis il est sorti. Il a fait un Houdini de lui-même. (1,0) Ce serait lui qui pourrait nous le dire si y'a quelque chose à mentionner.
Annie	C'est que le 20 mars, je crois, c'est la-
Denise	En mars c'est la journée de l'eau. (0,2)
Philippe	Est-ce qu'il se passe quelque chose ?
François	Le 22.
Tous	((Tous parlent en même temps)) (4,5)
Marie-Eve	Prévois une page.
Myriam	(Myriam tape sur la table) Excusez-moi. (0,5) C'est parce qu'on parle du mois de mars et la date de tombée est à la fin février.

Aux yeux de l'équipe, Tom est le porte-parole de cette fondation. Bien qu'il soit le plus jeune membre de l'équipe – il ne travaille pour cette organisation que depuis six mois – et qu'il vient à peine d'être nommé conseiller pour La goutte, sa représentativité ne semble pas questionnée. Et bien qu'il possède un statut égal ou peut-être même inférieur à certaines personnes présentes à cette rencontre, son seul titre de conseiller pour la fondation ajoute de la puissance à sa voix, ce statut n'ayant pas été « mérité » puisqu'il vient tout juste d'obtenir ce poste. Et en son absence, aucune décision ne semble possible à cet égard.

Il est donc intéressant de noter que dans une organisation, le simple fait d'être nommé à un poste nous confère des pouvoirs, et ce, sans même avoir eu à faire nécessairement preuve de nos compétences ou de notre expérience. Il semble convenu par tout le monde dans cette pièce qu'il est a priori le porte-parole de cette organisation.

Notons également la dimension temporelle : Le processus de création de la voix organisationnelle semble, en effet, contraint par le facteur temps. Comme l'événement dont il est question surviendra après la date de tombée, on le retire sans plus de discussion.

Myriam propose ensuite d'intégrer de l'information sur la fondation La goutte à l'intérieur de son article sur l'événement Zaragoza.

- | | |
|----------|--|
| Myriam | ... Je viens de penser que je pourrais faire un lien avec La goutte dans mon article sur Zaragoza. Parce que Zaragoza c'est l'exposition universelle et le thème c'est l'eau. La gestion durable de l'eau. Ils nous ont approché (0.2), pas pour La goutte, mais... |
| François | ...Mais (0.2) Mais au début c'était un dossier heu... tout à fait indépendant de La goutte (0.5) mais [propriétaire de la compagnie] a fait « Ah, puisqu'on y est, on va mettre du La goutte dedans ». |
| Myriam | Oui oui, mais attends. On est plus ou moins rendu là. (0.2) J'ai rencontré Julien, qui s'occupe de Zaragoza ce matin. Il a une rencontre au comité de gestion de La goutte... (0.2) là là... (0.2) ce matin ou demain... (0.2) donc c'est pas sûr l'implication de La goutte et comment ils le seront. |

Dans cet extrait, on voit comment François se fait le porte-parole du propriétaire de la compagnie. Or, il n'était pas présent lorsque le propriétaire a tenu ses paroles. On peut donc deviner qu'elles lui ont été rapportées ou qu'il a été mis au courant de cette volonté. Ainsi, au lieu de dire : « Le propriétaire souhaite que ces deux événements soient combinés », il décide de « citer » les paroles du propriétaire en reprenant/inventant ses mots, ce qui a tendance, selon moi, à créer un effet de présence plus fort. Cette façon de traduire les désirs du propriétaire, par

une citation, semble ajouter un poids à l'argumentaire en personnalisant ses paroles. Cet extrait peut donner l'impression que c'est le propriétaire de la compagnie lui-même qui s'adresse indirectement à l'équipe de la revue.

De son côté, Myriam propose une traduction autre de l'événement. Alors que François semble affirmer que les désirs du propriétaire seront exhaussés : « on va mettre », Myriam précise que c'est le comité de gestion de La goutte qui prendra la décision. Selon les propos de Myriam, on est porté à croire que la voix du comité de gestion de la fondation est plus puissante que celle du propriétaire de la compagnie.

Vient ensuite une longue discussion sur l'article Zaragoza lui-même. Philippe demande à Myriam si l'angle de l'article portera davantage sur le processus de création de l'événement ou sur l'équipe des événements :

- | | |
|-------------|---|
| Philippe | Ton article sur Zaragoza, c'est sur l'événement en tant que tel ou plus sur l'équipe des événements ? |
| Myriam | Ça va parler plus de l'événement en tant que tel.
(3.0) |
| Philippe | Et pourquoi on parle de cet événement-là, mais qu'on a jamais parlé des autres événements qu'ils font ? |
| Myriam | Parce que celui-là est beaucoup plus long que tous les autres événements. Celui-là, c'est à tous les jours pendant trois mois. |
| Philippe | Est-ce qu'on va en faire un pour les 400 ans de Québec dans ce cas ? |
| Myriam | Sûrement, mais ce sera pas énorme... |
| [...] | [...] |
| Tous | (Tous parlent en même temps)
(3.0) |
| [...] | [...] |
| Myriam | Ok, pour Zaragoza, je reviens avec ça parce que tu me disais qu'on avait pas vraiment présenté l'équipe. Veux-tu vraiment les présenter ? |
| Philippe | C'est qu'il y a eu beaucoup de changements dans leur équipe. |
| Myriam | C'est assez compliqué parce qu'ils sont une équipe mais il vient tout le temps se brocher des personnes externes. |
| Marie-Eve | C'est des cellules... |
| Myriam | Là y'a Julien qui travaille là-dessus mais t'as d'autres gens qui sont de l'externe. |
| Philippe | À chaque fois qu'on parle des Événements dans nos médias, c'est tout le temps l'organisation puis on a jamais traité du processus de création ou le mode de fonctionnement. (0.5) Sans faire un article juste sur ça, si on est capable, ça serait intéressant de parler de l'événement et du résultat, mais aussi du processus de création.
(0.5) |
| Myriam | Je lui ai demandé comment on est venu à s'impliquer dans ça. Pis j'ai le comment c'est venu à lui en particulier et comment son équipe s'est construite. (0.2) Mais je n'ai pas la structure en tant que tel.
(1.0) |
| Jean-Pierre | Quand on <i>check</i> ça là (0.3), je pense au <i>roll-out</i> de la Planification, dans lequel on a insisté sur le fait que, puisqu'on a trois shows, les |

- événements aussi vont avoir une *sodite* d'année. Parce que y'a les trois premières, mais t'as aussi Zaragoza pis le 400^e et plusieurs autres dont les FE. (0.5) On a pas de plan de communication qui roule pour eux-autres ?
- François Non.
- Jean-Pierre De positionnement pour Jean-François et compagnie ?
- Myriam Non, c'est qu'à chaque fois qu'on a voulu le faire, ils nous ont toujours comme...
- Philippe Non, ils disent : « On est en train de changer »
- François Ils sont en restructuration depuis à peu près... deux ans !
- Myriam En fait, ils veulent pas parler de leur structure.
- François ...depuis dix mois. Y'a Jasmine qui est partie et qui est revenue. (0.2) Euh... (0.2) Jean-François qui a été nommé à différents postes. Donc, jamais on a pu l'approcher du point de vue de la structure.
- Myriam De la structure, non, mais du point de vue créatif, oui.
- François Du point de vue créatif, ça pourrait être... heu... stimulant.
- Myriam Oui en effet, il faudrait les positionner parce que là il me disait : « Je ne comprends pas pourquoi on en parle pas dans la revue ». Je lui ai dis : « À chaque fois que je t'en parle, que je te demande des informations sur les Événements... »
- Jean-Pierre Oui, oui, oui. Pis on peut pas ?
- Myriam Ben, on y arrivait pas. C'est toujours un peu... (0.2) c'est toujours du cas par cas.
- Jean-Pierre Pis on a rien d'organiser là-dessus. On est pas en train de vouloir les repositionner dans l'organisation. Donc c'est pas dans le cadre de quelque chose. C'est parce que Zaragoza s'en vient ?
- Myriam Oui.
- Jean-Pierre C'est parce que tu connais bien Julien ?
- Myriam Oui.
- Jean-Pierre C'est parce que tu lui as placoté ?
- Myriam Oui
- Jean-Pierre C'est parce qu'on a de l'info là-dessus puis qu'on peut donc commencer ?
- Myriam Oui, pis parce que j'ai aussi parlé à Jean-François.
- Jean-Pierre Pis le timing est bon
- Myriam Oui, tu vois, Jean-François disait toujours « Non, non, non, non, non, non ». Pis j'ai approché Julien pis il a dit oui, pis quand Jean-François m'a vu avec Julien ce matin je croyais qu'il allait me dire « Non, je ne veux pas », mais il a dit « Ah, ben, y'était temps. »
- Philippe On pourrait donc parler de l'événement et de leur processus de création ? Comment c'est venu à eux, c'est quoi le processus et quel sera le résultat. Un peu comme on fait pour les spectacles en développement ?
- Myriam Mais c'est pas...
- Philippe Tout en s'appuyant sur les autres projets pour montrer qu'ils vont être bien occupés cette année.
- Myriam C'est pas une initiative du [Compagnie]. On s'est fait approcher par Zaragoza.
- Philippe Comme tous les événements spéciaux ?
- Myriam C'est ça. Ben, ou presque tous les événements spéciaux.
- François Mais on peut quand même parler du processus *at large*.
- Jean-Pierre Oui.
- Marc-André Moi je crois que ce serait bien, de faire un parallèle.
- Philippe Si on est capable, sans parler clairement de « voici comment ils font dans leur équipe », je pense qu'en expliquant le processus de ce cas-là, on va bien comprendre la dynamique de leur équipe.

Cet extrait illustre, selon moi, l'aspect quelque peu « arbitraire » du choix des articles. Effectivement, lorsque Jean-Pierre tente de comprendre pourquoi Myriam propose cet article, elle souligne clairement que ceci ne s'inscrit dans aucun plan de communication pré-établi. De par la discussion qui a précédemment eu lieu, on devine qu'on tente de traiter de cette équipe depuis plusieurs mois, mais que le choix précis de cet événement ne relève en fait que d'une coïncidence : Myriam a rencontré Julien qui a accepté, cette fois-ci, qu'on parle d'eux.

On assiste également dans cet extrait au processus éditorial, au choix de l'angle. Encore une fois, l'équipe souhaite utiliser un événement factuel – dans ce cas-ci, il s'agit de l'événement Zaragoza – pour traiter d'un sujet plus vaste. Il est donc convenu qu'en présentant le concept créatif de cette activité, on en profitera pour présenter l'équipe des Événements et parler de leur fonctionnement, tout en soulignant au passage leurs différents mandats.

Lorsqu'il est question de l'équipe des Événements, on remarque l'hésitation de Myriam. Ce groupe étant régulièrement en mouvance – plusieurs personnes se greffent fréquemment à l'équipe, tandis que d'autres employés de cette équipe changent souvent de rôle – il devient une entité, ou un concept, difficile à traduire (car difficile à saisir). Philippe propose donc de s'intéresser à leur mode de fonctionnement plutôt qu'au groupe lui-même. Myriam ajoute que toutes les fois qu'ils ont voulu traiter de cette équipe, on lui répondait que ce n'était pas possible puisqu'ils étaient « en train de changer ». François complète en disant : « Ils sont en restructuration depuis à peu près... deux ans ! »

Notons aussi que Myriam rapporte plusieurs de ses échanges avec Julien et Jean-François. Ils sont donc « présents » à la rencontre de planification à travers Myriam qui, implicitement, se positionne comme leur porte-parole. On note également que, même si Julien – qui est responsable de ce projet – avait donné son aval au projet d'article, c'est la voix de Jean-François – son patron – qui tranche la décision et approuve cette initiative.

Lorsque le tour de table est terminé, Philippe présente la liste des sujets qu'il souhaitait proposer. L'un d'eux est la nomination de Maryse au poste de vice-présidente :

Philippe	« Nouvelle planification des tournées », finalement, l'annonce de Maryse au poste de vice-présidente devrait se faire la semaine prochaine dans le [Bulletin électronique hebdomadaire]. (0.2) [...] parce qu'on voudrait qu'en plus de nous présenter la nouvelle procédure de planification, on voudrait
----------	--

- qu'elle nous explique pourquoi Spectacle 08 a pris fin. Donc, c'est une belle façon de la positionner, même si ce n'est pas elle directement qui a pris la décision de tirer la *plug*. J'ai parlé avec Tom et nous en avons parlé un peu avec Karine puis... (1.0) ça s'enligne vers ça.
- Myriam En fait c'est pas pourquoi, c'est pas ça...
- Philippe ...Pas pourquoi, mais l'expliquer dans le fond, le mettre en contexte.
- Myriam Pas juste ça, faire ressortir les points positifs, les choses qu'on a apprises, les choses qu'on a développé grâce à Spectacle 08. Pis les expériences acquises...
- Jean-Pierre Expliquer aussi pourquoi c'est normal que ça arrête un moment donné ce type de tournée.
- Myriam Oui, c'est ça. C'est pas dire « pourquoi on l'arrête », c'est ce qu'on a appris.
- Philippe En fait, Maryse va tracer un peu un bilan, ça va nous permettre de la positionner en tant que vice-présidente, pour expliquer son service.

Notons d'abord que Philippe indique en avoir discuté avec Tom et Karine. Or, la personne directement concernée est Maryse. C'est toutefois auprès du conseiller en communication et de l'adjointe du vice-président principal qu'il a sondé le terrain. Ceci peut s'expliquer par le fait qu'il passe par les gens avec qui il est en contact. Bien qu'il connaisse Maryse et qu'il aurait pu la contacter directement, Philippe respecte ici les liens hiérarchiques. Comme il propose le sujet, on peut présumer que Tom et Karine, au nom de Maryse, ont été réceptifs à l'idée.

L'objectif de cet article, au-delà de la nomination qui sera déjà connue des employés grâce à un avis dans le bulletin électronique hebdomadaire, est, tel qu'il est traduit par Philippe, de positionner Maryse. Pour ce faire, Philippe se présente comme voulant joindre deux événements : sa nomination et l'annonce du retrait de Spectacle 08. Bien que la décision de mettre un terme à la tournée de ce spectacle n'était pas d'elle, il désire qu'elle explique, en tant que vice-présidente de la planification des tournées, les raisons qui justifient cette décision. Encore une fois, on voit comment on utilise un événement factuel, soit le retrait d'un spectacle, pour traiter d'un sujet plus vaste, l'idée étant d'utiliser l'intérêt potentiel suscité pour un événement afin de le lier à une information plus factuelle (et a priori moins intéressante). L'intérêt de l'un se traduisant, c'est l'espoir en tout cas, dans l'autre. Le choix éditorial est par conséquent de positionner Maryse par rapport à cette décision d'affaire de l'entreprise. Il en résulte un contenu éditorial.

Il est intéressant de noter qu'en entrevue semi-dirigée, tenue à la fin du processus de rédaction, Tom affirme avoir « soumis cette possibilité [d'article] là ». Il ajoute : « C'est comme ça que j'ai choisi l'article ». Donc, Tom considère qu'il est la personne qui a proposé cet article sur la nomination de Maryse (« j'ai soumis ») et qui a fait le choix final (« j'ai choisi »), et ce, même s'il n'a pas assisté à la rencontre de planification et que ce pouvoir revient officiellement à Philippe, le rédacteur en chef de la revue.

Finalement, en fin de rencontre, Sonia revient sur un souhait exprimé par leurs partenaires de Las Vegas quelques jours plus tôt lors d'un sommet. Marc-André confirme que l'équipe de Las Vegas souhaite conscientiser les artistes au travail requis pour la confection de leurs costumes :

« Eux, leur objectif, parce qu'ils ont un objectif bien particulier, c'est que l'artiste soit conscient de tout ce qu'il y a derrière une paire de chaussure. Pour les conscientiser qu'une cinquantaine de personnes va toucher à ta paire de chaussure avant qu'elle arrive dans tes pieds. »

Marie-Eve, qui s'occupe des communications internes pour l'équipe des ateliers, exprime un doute face à la possibilité d'un tel article :

Marie-Eve	Je ne sais pas si c'est possible!
Marc-André	C'est ça qu'il faut valider. Je ne sais pas si c'est possible.
Myriam	Ce serait intéressant de le faire, non?
Tous	(Tous parlent en même temps)
Marie-Eve	La difficulté avec ça, c'est que justement il ne faut pas démontrer jusqu'à quel point il y a beaucoup de personnes et beaucoup de coûts. Quand on a parlé de la simplification des costumes, ils ne voulaient pas donner de chiffres. Il fallait faire attention aux comparaisons qu'on donnait...
François	Les shows se plaignent que les costumes coûtent chers.
Marie-Eve	Ça vaut très très cher. Mais j'ai l'impression que pour atteindre cet objectif-là de conscientisation, ça ne passera pas par un article dans la revue. Ça passerait peut-être par un autre moyen. Parce que ça se dit verbalement, mais ça passe mal la barrière de l'écrit.

Marie-Eve craint donc que le fait de verbaliser les coûts de production des costumes n'entraîne d'autres problématiques. Puisque les ateliers ont subi plusieurs restructurations au cours des dernières années afin de réduire les coûts de production et rendre les processus de travail plus rentables, le sujet des coûts de production des costumes est perçu comme un sujet

sensible et délicat. Donc, en proposant un article qui souligne que les costumes sont compliqués à faire et qu'ils sont dispendieux – pour rencontrer l'objectif de conscientisation des artistes - on risquerait de soulever un mécontentement auprès des employés des ateliers qui, eux, considèrent avoir fait plusieurs efforts – et subis les conséquences des restructurations – pour diminuer les coûts et améliorer les processus. Pour pallier cette situation, Philippe propose de traiter ce sujet en images plutôt qu'en mots : « Est-ce qu'on pourrait le traiter uniquement en photos? Mais pas juste en photos, mais avec des vignettes, de suivre le processus de création. Une page, huit photos. » Cette idée sera finalement adoptée.

L'objectif souhaité est de conscientiser les artistes au travail par rapport à qui se cache derrière la confection de leurs costumes afin qu'ils en prennent davantage soin. Le but caché est donc de diminuer les coûts de réparation et de confection de nouveaux costumes. Or, Marie-Eve, au nom de l'équipe des ateliers, et Marc-André, au nom des hauts dirigeants de Las Vegas, expriment l'hésitation de leur client à aborder ouvertement le sujet des coûts des costumes. Dans les deux cas, ils parlent au nom de leur client en se basant sur des expériences passées. Marie-Eve va plus loin en indiquant qu'il s'agit d'un sujet qui traverse difficilement la barrière de l'écrit, ou plutôt de l'imprimé. Elle indique donc être en accord avec l'objectif visé, mais qu'une traduction en contenu rédactionnel risquerait de trahir le message.

La traduction, ou le choix éditorial, que Philippe propose afin de réaliser cet objectif est de traiter du sujet en images, le tout accompagné de très peu de texte. Ainsi, en illustrant les différentes étapes de confection d'un soulier, on désire amener les artistes à prendre conscience du travail des artisans aux ateliers sans nommer ou détailler les coûts. Ici, l'objectif n'est pas verbalisé mais bien illustré; un phénomène intéressant pour un média qui mise habituellement sur le texte. Bien que les photos et l'image soient très importantes pour cette organisation, le texte est habituellement le support principal de la voix organisationnelle dans les médias. Les images sont habituellement un complément venant agrémenter la mise en page selon les événements. Or, ici, on voit comment la voix de l'entreprise, pour cet article précis, passe donc par des images plutôt que des mots.

Notons que le visuel n'est pas nécessairement un complément esthétique à la voix. Dans certains cas (nous en verrons un exemple plus tard), le visuel agit à titre d'actant. Effectivement, un logo peut remplir une fonction de représentativité. Mal utilisé, un visuel peut, quant à lui, être à l'origine d'une trahison de la représentativité (nous en verrons également un exemple ultérieurement). Dans le cas présent, le visuel est utilisé pour traiter d'un sujet sans devoir nommer explicitement certains éléments. Ainsi, afin de mettre en évidence la lourdeur d'un processus et faire comprendre la valeur d'un costume, on utilise des codes visuels plutôt qu'un code textuel. Ceci permet d'éviter d'avoir à affirmer que les costumes sont onéreux et que les modes de production demeurent lourds, et ce, même après plusieurs restructurations visant à les simplifier. Bien que le message soit compréhensible, il n'est pas explicité, réduisant ainsi les risques d'être mal perçu par certains membres de l'organisation.

On remarque également qu'au cours de toute cette rencontre s'exprime un désir de représenter les différents aspects (d'un point de vue fonctionnel et géographique) de l'organisation :

- | | |
|-------------|---|
| Philippe | Au niveau de la citoyenneté, on a La goutte qui va être en lien avec Zaragoza qui est un événement. |
| Myriam | Y'a une possibilité de faire ça. Je vais voir si ça peut se faire, parce que ça dépend de ce qui est décidé après la réunion. Michel était bien excité. |
| Philippe | On a les résultats du sondage des communications internes et <i>La croisée des chemins</i> qui sont deux dossiers corporatifs. |
| Jean-Pierre | Ok. |
| Philippe | On a la nouvelle planification des tournées qui est donc reliée aux tournées. Magie c'est plus un dossier, un dossier qu'on traite. On a rien sur les shows fixes. |
| Myriam | Ben oui, on a Ted. |
| Philippe | Y'a rien d'autre qui se passe à Las Vegas ou à Orlando? |
| Myriam | Orlando ça fait un siècle, il me semble. |
| Philippe | Dans le numéro qu'on travaille en ce moment, il y a un portrait de la coach qui était une artiste. D'ailleurs, Sonia, quand tu vas faire ton article, on a une artiste devenue coach. |

Philippe souligne clairement son souhait de retrouver les différents aspects de l'organisation dans cette édition de la revue : le volet « corporatif », les spectacles de tournée, les spectacles fixes et la « Citoyenneté » (l'engagement social de l'entreprise). Cette volonté rejoint son objectif principal qui est de représenter – rendre présent – le plus fidèlement possible, et donc de traduire, la réalité de l'organisation.

La première étape étudiée, la rencontre de planification, permet de sélectionner les sujets qui seront traités ainsi que d'aborder les approches éditoriales pour chacun d'eux. Une fois la rencontre terminée, le rédacteur en chef fait parvenir à tous les membres de l'équipe, ainsi qu'aux pigistes, la planification de la revue. Il s'agit en fait d'une liste des sujets sélectionnés avec le nom de la personne responsable de rédiger cet article. On retrouve également le nombre de mots souhaités et le nombre de pages qui seront accordés à chacun d'eux. Dans le cas des pigistes ou des membres absents de la rencontre, Philippe entre en communication avec eux afin de partager l'approche éditoriale retenue. Cette approche étant la première traduction de chacun des sujets et objectifs, il est important que le rédacteur en chef et les rédacteurs s'entendent sur l'angle à privilégier.

Cette étape constitue une traduction importante dans le processus de création de la voix organisationnelle. Nous avons précédemment vu que le choix des sujets est fait de façon somme toute assez subjective. L'équipe de la revue étant à la fois les personnes traduites, les traducteurs ainsi que ceux qui sanctionnent la traduction. Leur légitimité est attribuée uniquement par leur rôle au sein de l'organisation. Lorsque toute cette étape est terminée, le rédacteur en chef transforme donc la liste de sujets retenus en devis de travail. Cet outil contient tant le nombre de mots que le nombre de pages. Chacun des sujets est ainsi traduit en termes de mots et de pages, une dimension clé pour les rédacteurs. C'est à partir de ce devis, qu'ils appellent « planification », qu'ils travailleront. On voit donc comment ledit devis fonctionne comme un médiateur, un actant, important dans le processus, dans la mesure où il assure la traduction des décisions éditoriales en programmes précis pour les journalistes (en tout cas, en termes de nombre de mots). D'un simple intermédiaire, ce document passe au statut de médiateur si l'on s'attarde au travail de traduction / articulation qu'il opère.

Au moment de faire parvenir ce document à l'équipe, huit articles étaient prévus. Nous verrons dans la prochaine section qu'un article sera ajouté en cours de route. Puisque le processus rédactionnel de chaque article aurait pu nécessiter une analyse complète, nous avons choisi de suivre quatre d'entre eux par souci de concision : l'article de Sonia sur *La croisée des chemins*, celui de Tom sur la nomination de Maryse, celui de Marc-André portant sur Ted (un

employé de Las Vegas) et celui de Philippe (celui qui s'ajoutera en cours de route) sur l'Action culturelle. Voyons maintenant comment les quatre « journalistes » ont procédé pour rédiger leur article respectif. Nous respecterons la chronologie des événements dans la section suivante, et ce, même si chacun des quatre processus s'entremêlent.

6.2 LE PROCESSUS RÉDACTIONNEL : ENTREVUES, RECHERCHE ET RÉDACTION

Le lendemain de la rencontre de planification, Philippe rencontre Tom afin de le mettre au courant des décisions prises la veille. Concernant l'article sur la nomination de Maryse, Tom informe Philippe qu'il désire valider l'approche éditoriale avec Maryse avant de commencer la rédaction.

Lors de la rencontre de planification, Philippe avait proposé une certaine approche éditoriale afin de positionner et présenter Maryse. Même si cette traduction avait été approuvée par l'ensemble du groupe, Tom souhaite ici la faire sanctionner par la personne même qui sera traduite. Avant d'aller plus loin dans le processus, il souhaite évidemment confirmer que les premiers pas qui ont été faits vont dans la bonne direction (en tout cas du point de vue de Maryse). On devine donc que Tom connaît les limites de son rôle et sait qu'il n'est pas en mesure d'approuver cette étape charnière sans en discuter avec Maryse.

Philippe fait également parvenir à Lucie, une rédactrice pigiste, un devis précisant le texte qu'il aimerait qu'elle écrive sur l'histoire de la magie. Ce document traduit les choix éditoriaux qui ont été faits lors de la rencontre. Le concept de l'article est donc lui-même traduit en un artefact qui résume et explique la commande qui est passée.

Le mardi 12 février, Marc-André écrit à Ted pour l'informer qu'il aimerait écrire un article sur lui. Il explique qu'un portrait d'employé est diffusé dans chacune des publications de la revue et que ce mois-ci, l'équipe l'a choisi. *Marc-André demande donc à Ted son autorisation pour poursuivre les démarches en ce sens. Comme tout processus, celui-ci ne peut avancer que si chaque maillon de la chaîne accepte de jouer le rôle qu'on lui a assigné. Que ce soit Maryse ou Ted, chaque acteur fait progresser le processus par leur imbrication dans un programme d'action plus ou moins défini à l'avance, programme qui a débuté avec la réunion de l'équipe de rédaction.*

Quelques jours plus tard, Philippe rencontre Gloria – qui travaille pour l'équipe responsable de l'engagement social de l'organisation et qui s'occupe (non officiellement) du lien entre son équipe et celle des communications internes – pour un dossier différent. Philippe mentionne que dans l'édition précédente, sa collègue Florence a rédigé un article sur [Compagnie] du Monde, une autre fondation de l'entreprise. Il s'en suit la discussion suivante :

- | | |
|----------|--|
| Gloria | Oui, j'en ai entendu parler. Je ne comprends pas pourquoi personne ne m'en a parlé avant. |
| Philippe | C'est moi qui ai approché Florence pour cet article. Je croyais que c'était elle qui était responsable de toute la rédaction pour votre équipe? |
| Gloria | (Sur un ton sarcastique) C'est ça, on m'utilise juste quand ça vous arrange! (1.0) Mais oui, Florence écrit tous les articles de [Propriétaire de la compagnie]. (1.5) La préface qu'il a signée pour le livre de [Nom], c'est elle. |
| Philippe | C'est drôle... (0.2) à l'interne, c'est François qui écrit pour [Propriétaire de la compagnie] et à l'externe... (0.2) c'est Florence. (1.0) Et pour La goutte, c'est... (1.0) |
| Gloria | Oui, c'est qui. C'est Johanne? |
| Philippe | Oui, c'est Johanne en attendant qu'ils embauchent une nouvelle conseillère en communication. » |

Cette intervention de Gloria semble traduire son désir d'être tenu au courant des actions communicationnelles reliées à son équipe et sa frustration de ne l'avoir justement pas été lors de l'édition précédente. Par sa réponse : « Je croyais que c'était elle qui était responsable de toute la rédaction pour votre équipe? », Philippe exprime sa compréhension de la répartition des tâches dans leur équipe et tente donc de justifier ce qui apparaît a priori « objectable » par Gloria. Ce qu'elle traduit comme une remise en cause implicite de son autorité est présentée par Philippe comme le simple suivi, de sa part, des responsabilités reconnues. À une traduction proposée tente de se substituer une autre, moins controversée.

L' échange qui suit est très intéressant puisqu'il illustre très bien les différents médiateurs qui peuvent parler au nom d'une autre personne dans le phénomène de l'organisé. Ainsi, on apprend que Florence est la personne qui écrit habituellement les textes pour le propriétaire de la compagnie. Philippe précise qu'à l'interne, c'est habituellement François et que, pour la fondation La goutte, c'est plutôt Johanne. Ainsi, trois personnes sont officieusement responsables de traduire le discours du propriétaire de l'entreprise. Ce dernier aurait donc un minimum de trois porte-parole. Il y a toutefois fort à parier que plusieurs autres personnes parlent régulièrement en

son nom (son nom étant maintes fois utilisé lors de diverses discussions), mais ça, c'est une toute autre histoire!

Gloria souligne ensuite qu'il serait intéressant de publier un article sur l'équipe de l'Action culturelle. Elle précise que la nouvelle directrice présentera bientôt son plan d'action aux cadres supérieurs.

« Françoise est la nouvelle directrice de l'Action culturelle. Ça fait presque deux ans, depuis que Nicole a changé de poste, que personne ne s'occupait vraiment de cette équipe (elle mime quelqu'un qui tient un volant). Le 28 février, elle va présenter aux cadres son plan pour les années à venir. Il serait intéressant d'en parler pour positionner cette équipe et faire comprendre que c'est bien plus que juste un tirage de billets de spectacles et que l'événement CHARADE. Les gens ne connaissent que ça de cette équipe, et c'est bien plus. »

Il est convenu que Philippe assistera à la présentation de Françoise aux cadres et qu'il rédigera un article sur son équipe.

Gloria parle ici au nom de Françoise, sans que celle-ci ne soit apparemment au courant. Effectivement, le désir de présenter l'équipe de l'Action culturelle ne vient pas de Françoise, mais bien de Gloria, puisque celle-ci a mentionné au début de la discussion : « J'aimerais qu'on parle de Françoise ». Elle exprime donc un souhait qui lui est propre. Puis, en fin de rencontre, elle ajoute « Je vérifie le tout et te reviens », laissant entendre qu'elle n'a pas encore reçu la sanction de Françoise pour aller de l'avant avec ce projet. Comme Gloria assure habituellement le lien entre son équipe et celle des médias, on peut la considérer comme la porte-parole non officielle de son équipe.

Soulignons également que Gloria traduit cette équipe de manière à la positionner comme une entité incomprise. Effectivement, il est question d'un manque de leadership qui a duré deux ans – Gloria ira jusqu'à mimer quelqu'un qui conduit une voiture pour illustrer que personne n'était au « volant » de cette équipe – et de préjugés face à l'équipe. En disant : « [l'Action culturelle] c'est bien plus que juste un tirage de billets de spectacles et que l'événement CHARADE », Gloria met en évidence le fait que plusieurs employés ne connaissent pas le travail

de cette équipe ou alors qu'ils ont une vision erronée de celle-ci. Elle tente donc de démontrer à Philippe qu'il y a une trahison dans la représentation de cette équipe et que l'image projetée ne reflète pas la réalité. Devant cet argumentaire, Philippe accepte d'accorder de l'espace pour un article, qu'il rédigera lui-même, sur cette équipe.

Pendant ce temps, Tom tente d'entrer en communication avec Maryse, qui est en déplacement. Il demande l'aide de Peta, une employée de Maryse, afin d'obtenir une entrevue avec sa supérieure. Peta l'informe que Maryse est à l'extérieur du pays pour les deux prochaines semaines puis affirme être certaine qu'elle trouvera du temps pour une entrevue. Elle invite Tom à contacter Mélanie, une collègue, pour planifier la rencontre téléphonique avec Maryse. Le mercredi 20 février, Tom informe Philippe qu'il n'a pas encore eu l'occasion d'entrer en contact avec Maryse afin de l'interviewer. Il exprime une inquiétude quant à la possibilité de dépasser l'échéancier établi. Philippe l'informe qu'il dispose d'une semaine supplémentaire puisque le calendrier de production de la revue a été révisé, en raison du changement de date du lancement des nouvelles productions. Philippe lui demande s'il pourrait, dans le pire des cas, écrire l'article sans interviewer Maryse. Il répond qu'il lui fera parvenir les questions par courriel. La rencontre téléphonique se déroule finalement le 21 février.

Cet extrait démontre d'abord que Peta, une subalterne, parle au nom de sa supérieure : « I am sure she will find time slot for an interview. » Elle engage ainsi sa supérieure, sans en avoir discuté avec elle, à accorder une entrevue.

Il est également intéressant de noter que Philippe émet l'hypothèse de rédiger cet article sans avoir obtenu d'entrevue auprès de la principale concernée. Comme nous l'avons vu précédemment avec l'exemple du propriétaire de la compagnie, il est fréquent, dans un phénomène organisé, qu'une personne parle ou écrive au nom d'une autre sans même avoir été « briefée » par celle-ci. Le rôle du traducteur s'en trouve donc grandement modifié puisqu'il crée le discours de toutes pièces, sachant que celui-ci sera par la suite sanctionné. Tom, par sa réponse évasive, semble traduire un certain inconfort qui pourrait s'expliquer par un manque d'information.

Notons également que le changement de date du lancement des nouveaux spectacles de l'entreprise entraîne directement la modification du calendrier de production de la revue. Le changement de ce calendrier offre donc à Tom une semaine supplémentaire de rédaction. Effectivement, Philippe aurait pu dire : « J'ai prolongé d'une semaine la période de rédaction », mais il dit plutôt : « Tu as une semaine de plus puisque le calendrier de production a été revu ». Une action en traduit ainsi une autre. Puis, dans son argumentaire, Philippe traduit ce report comme étant le fruit d'un nouveau calendrier qu'il ne contrôle pas lui-même. Dans ce tour de parole, tout se passe comme si l'agentivité de Philippe était mis en sourdine au profit de celle du calendrier.

Lors d'une conversation téléphonique, le vendredi 22 février, Gloria propose à Philippe de modifier le sujet de l'article sur l'Action culturelle afin de parler plutôt de l'édition 2008 du bilan de l'Action sociale. Philippe propose que le texte soit signé par le vice-président de ce service, et ce, afin d'éviter d'être redondant avec le texte des années passées. Gloria assure que le texte sera différent puisque le contenu du bilan l'est également. Ils conviennent ensemble que Florence, une collègue de Gloria, écrira le texte.

Quelques jours plus tard, Gloria indique que son équipe préférerait diffuser la nouvelle sur le bilan de l'Action sociale dans le bulletin électronique hebdomadaire plutôt que dans la revue. Le sujet originel de l'Action culturelle est donc de retour sur la table.

Après avoir effectué son entrevue avec Maryse, Tom lui fait parvenir des questions supplémentaires par courriel concernant la fin du Spectacle 08. Puis Tom informe Philippe par courriel que la meilleure personne pour expliquer le retrait de ce spectacle est Richard, le vice-président principal, le supérieur de Maryse. *En discussion informelle, Tom confirme que Maryse ne veut pas prendre la parole à ce sujet et qu'elle considère qu'il s'agit d'un dossier relevant de son patron et de Tony, le producteur exécutif. On note que Maryse considère que sa voix n'a pas l'autorité nécessaire pour représenter un dossier de cette importance.*

Tom indique avoir tout de même fait parvenir les questions à Maryse afin de s'inspirer de ses réponses pour écrire un texte qui pourra être signé par Richard. Selon les informations qu'il a

reçues de Maryse, il s'agit d'un dossier qui relève à la fois de Richard et d'Tony, le producteur exécutif. « C'est trop sensible pour que Maryse s'implique », écrit-il.

Le fait que Maryse « transfère » le dossier à son supérieur indique à Tom que c'est un dossier « trop sensible pour que Maryse s'implique ». Il traduit donc le refus de Maryse de répondre, par un manque perçu d'autorité et par crainte de faire un faux pas. Un autre aspect intéressant ici est, encore une fois, le phénomène du rédacteur fantôme. Bien que le texte sera rédigé par Tom, plusieurs sources suggèrent qu'il sera signé par Richard. Il s'agit donc d'un texte traduisant différents discours, mais sanctionné par une autorité forte et reconnue, l'un des vice-présidents principaux. La traduction, comme on le voit dans cet exemple, est souvent une affaire d'autorité, dans la mesure où parler au nom d'un événement ou d'un spectacle présuppose qu'on ait l'autorité de le faire. On retrouve ici la racine commune d'auteur et d'autorité : le latin « auctor » (Taylor & Van Every, 2000). Celui qui a l'autorité, c'est celui qui peut être reconnu comme l'auteur de textes officiels engageant l'entreprise.

Environ une semaine plus tard, Tom informe Philippe que l'équipe des tournées refuse d'aborder le sujet de la fin de Spectacle 08 dans l'article. Philippe souligne qu'il a discuté avec Maryse sur l'heure du dîner et qu'elle lui a indiqué qu'elle voulait laisser la parole à Richard, mais qu'il n'a pas senti qu'on ne pouvait pas en parler. Selon ses informations, Tom réitère que l'équipe ne veut pas en parler. Philippe insiste sur le fait que ce sujet devra être couvert, que ce soit dans la revue ou avec un autre outil. Tom l'informe que le climat au sein de l'équipe du Spectacle 08 est très tendu et que l'équipe des tournées ne croit pas que ce soit une bonne idée de leur donner la parole. Philippe exprime un doute puisque le climat de Spectacle 02, dont on a annoncé la fin quelques mois plus tôt, était également tendu, sans empêcher que leur soit consacré un numéro spécial de la revue. Tom informe Philippe que le spectacle risque d'être « ressuscité » plus tard. Philippe ajoute que la situation était similaire pour Spectacle 02. Toutefois, dans ce cas, puisque la nouvelle n'est pas encore confirmée, ils doivent la traiter uniquement comme la fin de Spectacle 08. Tom ajoute que ce spectacle n'est pas considéré comme une œuvre de l'entreprise. Philippe lui indique qu'il est au courant de ce fait, mais que le

spectacle demeure une création de leur compagnie, et ce, même s'ils ont un partenaire et qu'il s'agit d'un spectacle tout à fait différent. Tom dit qu'il le rappellera.

Cet échange est très riche. D'abord, Tom se fait le porte-parole de l'équipe des tournées en indiquant qu'ils refusent de traiter de cette nouvelle. On peut donc conclure que la décision vient de Richard, puisque Maryse semblait d'accord avec le sujet de l'article. La seule personne au sein de cette équipe ayant préséance sur Maryse étant Richard lui-même, sa voix a évidemment beaucoup d'importance. Il est celui qui, ultimement, est autorisé à parler au nom de l'équipe des tournées et à traduire/représenter officiellement ses intérêts. Lorsque Philippe confronte Tom au fait que Maryse, quelques heures plus tôt, était encore d'accord avec cette approche, ce dernier répète que, « selon ses informations », on ne peut pas en parler. Philippe, qui renchérit et continue de lui poser des questions, semble questionner la traduction et le rôle de porte-parole de Tom. Il faut comprendre que pour Philippe, la vice-présidente approuve toujours ce sujet, et que seule une décision du vice-président principal, à savoir Richard, pourrait renverser cette approbation. Tom se voit ainsi obligé de fournir davantage d'informations et d'indiquer que le climat est tendu sur la tournée et que les dirigeants préfèrent ne pas « leur donner la parole ». Ce faisant, tout se passe comme s'il faisait parler ses intuitions, son ressenti par rapport à la situation, qui indiquent le risque encouru à laisser parler les membres de l'équipe des tournées.

On note que Tom utilise une information non confirmée, presque une « rumeur », pour justifier sa position. Pour Philippe, cet argument semble insoutenable puisqu'il n'est pas encore sanctionné officiellement. Il insiste donc sur le fait qu'il faut traiter la nouvelle comme étant la fin du spectacle. La question est de savoir qui traduit la position de l'équipe des tournées : les intuitions de Tom, lesquelles semblent fondées sur des discussions informelles? Maryse qui semble ouverte à l'idée d'un article? Ou encore Richard qui semble, selon Tom, contre ce projet? Comme pour tout collectif, la voix est toujours un problème a priori, problème qui tend à se régler par la définition d'une voix officielle autorisée et unique. C'est d'ailleurs de cette façon que Philippe règle provisoirement la question.

On observe également que Tom indique que « ce spectacle n'est pas considéré comme une œuvre de l'entreprise ». En rapportant ces paroles, le risque de trahison est très élevé. D'abord parce que Tom formule son argument de façon impersonnelle. Il ne l'attribue à aucun groupe ou aucune personne précise. Philippe acquiesce toutefois. L'argumentaire semble donc avoir déjà été utilisé. La traduction que Philippe en fait est que ce spectacle n'est pas « 100 % relié à leur compagnie » puisqu'un partenaire d'affaires est impliqué et que son fonctionnement est tout à fait différent des autres spectacles. En mettant de l'avant l'une des facettes de ce spectacle, Tom traduit donc un de ses aspects a priori négatifs et dysphoriques, un aspect qui est censé lui-même traduire l'absence d'intérêt à le publiciser. On voit comment Philippe rejette cette dernière traduction en mettant de l'avant la dimension créative du spectacle, une dimension qui a été assurée par l'entreprise et non pas le partenaire d'affaires.

Il est finalement conclu que Tom donnera plus d'informations à Philippe. Ce qu'il ne fera finalement pas.

Le 3 mars, Karine, l'assistante de Richard, le vice-président principal des tournées, demande à Tom s'il peut faire parvenir à Maryse le texte de son article pour approbation. Tom écrit alors un courriel à Maryse pour l'informer que l'article n'est pas encore complété, mais qu'il lui fera parvenir une copie afin d'obtenir ses commentaires. Le lendemain matin, il fait parvenir une première ébauche de son article encore incomplet à Philippe pour avoir ses commentaires. Celui-ci lui indique que le premier paragraphe, qui traite de la carrière de Maryse avant qu'elle se joigne à leur organisation est superflu et trop long. Tom explique qu'il voulait souligner cet aspect pour montrer que Maryse avait une solide expérience avant de se joindre à l'organisation. Philippe lui dit qu'il devra alors retravailler le texte pour mettre cet aspect en évidence. À ce moment, le premier paragraphe ne traduit pas, selon Philippe, cet élément et semble décousu du reste du document.

Tom fait également mention du fait que la nomination de Maryse permet de se rapprocher d'une parité homme / femme dans la haute direction. Philippe exprime un doute puisque la compagnie est encore bien loin de la parité. Tom dit qu'il s'agit d'un point important pour Maryse. Philippe invite alors Tom à mettre cette information en citation de Maryse dans le

texte. Le texte étant essentiellement narratif, sans citations de Maryse, Tom semble incertain. Philippe lui dit que Maryse est une personne très sociable et que sa personnalité dynamique est l'une de ses forces majeures. Il serait intéressant d'ajouter des citations pour permettre à Maryse de prendre la parole dans l'article afin d'appuyer le fait qu'elle est une femme d'action dynamique.

La traduction que Tom fait de son entretien avec Maryse semble détonner de l'image que Philippe se fait de Maryse (qu'il connaît bien). Tom propose un texte très formel alors que Philippe semble souhaiter une approche qui souligne l'aspect social de Maryse. Philippe lui propose aussi d'ajouter des citations de Maryse pour appuyer sa « personnalité dynamique ». En entrevue semi-dirigée, réalisée à la fin du processus de rédaction, Tom affirme pourtant que le ton de l'entreprise est « informel mais corpo » :

« Au niveau de ma rédaction, c'est un peu inconfortable parce que, ça te déstabilise complètement, parce qu'on traite de sujet super corpo, (0,5) mais de façon informelle. Fa-ke, (1,0) ça te met, ça te déstabilise. Quand t'es habitué d'écrire du stock corpo, c'est que t'écris du corpo pour du monde qui comprend le corpo, là ce qu'on veut faire, c'est vulgariser le corpo pour l'ensemble des gens de l'entreprise. Fa-ke, c'est un peu ça que je dis : « informel mais corpo ». Mais ça n'enlève pas quand même à la justesse de l'information, ça n'enlève pas à, à, à la qualité de l'écriture, à la qualité de la rédaction, à la pertinence des propos. »

Tom est donc conscient que l'entreprise possède un style ou un ton particulier, mais avoue avoir de la difficulté à rédiger avec une telle plume. En entrevue, il confirmera également que les commentaires de Maryse, que nous verrons plus tard, auront permis d'améliorer de beaucoup « la couleur de l'article, le ton de l'article » puisqu'elle a personnalisé des citations qu'il avait écrites pour elle. Pour Maryse (et pour Philippe), il y avait une trahison dans la traduction de Tom puisqu'elle ne s'y reconnaissait pas.

Lorsqu'il est question de la parité homme/femme, Philippe exprime également une hésitation à ce que cette affirmation soit écrite de façon narrative, ce qui pourrait avoir comme effet d'engager la compagnie. En proposant que cette affirmation soit insérée en citation, ce qui

était effectivement le cas au départ – dans la mesure où cela a été dit par Maryse en entrevue – il désire que cette information soit présentée comme un souhait de Maryse, et non pas un élément du discours officiel de l'entreprise. Philippe souhaite donc dissocier la voix de l'organisation de celle de Maryse, et ce, même si le souhait exprimé par Maryse est tout à fait louable.

Effectivement, on ne pourrait pas reprocher à Maryse, bien au contraire, de souhaiter une parité homme/femme au sein des hauts dirigeants. Toutefois, ceci pourrait devenir discutable dans un texte narratif, donc impliquant l'organisation, puisque cette parité est loin d'être atteinte. Ainsi, Philippe tente d'éviter une situation potentiellement problématique.

Le lendemain, tel qu'il a été convenu, Tom fait parvenir la première version de son texte, toujours incomplet, à Maryse pour avoir ses commentaires. Voici le message qu'il lui fait parvenir par courriel :

Bonjour Maryse,

Voici ce que j'ai de fait en ce moment. Je vais le travailler encore ce soir et demain, mais au moins tu pourras y jeter un œil et me faire part de tes commentaires. Le dernier paragraphe sur les défis n'est pas encore rédigé.

Je ne fais pas ça habituellement (envoyer des textes non complétés), mais je pense que dans le contexte actuel, on pourra gagner un peu de temps.

Le lendemain matin, Maryse retourne le texte avec des modifications. Quelques minutes plus tard, Tom lui envoie une nouvelle version du texte qui tient compte des modifications demandées par Maryse.

Les modifications de Maryse, ayant nécessité de Tom qu'il propose une nouvelle version du texte, laissent croire qu'elles étaient majeures. On note donc que le sentiment de trahison (ou en tout cas de mauvaise traduction) demeure aux yeux de Maryse.

Le vendredi 29 février, Philippe rencontre Françoise, directrice de l'Action culturelle, pour réaliser une entrevue sur son parcours et sur le plan d'action de son équipe pour les années à venir. Il est convenu qu'il lui fera parvenir une copie de l'article pour approbation.

Le 5 mars, Philippe appelle Mona de l'Action culturelle et lui demande des statistiques sur son équipe pour compléter son article. Elle l'informe qu'elle lui enverra le tout dans quelques

minutes. Puis elle lui demande s'ils devraient faire un petit texte pour également traiter de leur équipe à Las Vegas. Philippe l'informe qu'il est déjà entré en communication avec Kenton pour présenter des exemples de leur action à Las Vegas et qu'il a inclus une citation de lui. Il ajoute qu'il aimerait également inclure des statistiques de cette équipe. Mona enverra donc ses statistiques en anglais afin de faciliter l'échange avec Kenton. Philippe demande à Mona si, en l'absence de sa supérieure Françoise, elle pourrait faire une première lecture de son article présentant leur équipe afin de s'assurer que tout est correct. Philippe l'informe que Françoise approuvera tout de même le texte à son retour de vacances. Mona confirme qu'elle prendra le temps de lire l'article dès que possible.

En demandant à Philippe de donner une voix à son collègue de Las Vegas, Mona traduit un désir de représentativité des membres de son équipe à l'extérieur de Montréal. Puis, Philippe demande à Mona ses commentaires sur l'article. Bien que ceux-ci ne constituent pas une approbation, la voix de Mona n'ayant pas d'autorité officielle, on peut deviner qu'il désire obtenir une « assurance » avant de le présenter à Françoise. Il précise toutefois à Mona que ses commentaires ne l'engagent en rien puisque Françoise approuvera le texte à son retour. Ainsi, Philippe semble vouloir rassurer Mona sur la portée de son action.

La même journée, Sonia fait parvenir à Diane son article pour approbation. Elle fait de même avec Philippe. Voici les courriels qui ont été échangés en moins de 15 minutes :

Courriel de Sonia à Philippe – 5 mars 2008, 11 h 44

Bonjour Philippe,

Voici mon article. Et oui, c'est encore un peu trop long... S'il faut absolument couper, je pense qu'il faudrait le faire dans les citations des artistes... mais j'ai de la misère à choisir. Tes suggestions sont les bienvenues.

Merci !

Sonia

Courriel de Sonia à Diane – 5 mars 2008, 11 h 53

Bonjour Diane,

Voici l'ébauche de l'article sur *La croisée des chemins* pour la revue pour tes commentaires – les artistes ont partagé tellement d'infos intéressantes qu'il a été difficile pour moi de décider quoi inclure et quoi laisser de côté ! Le résultat est que l'article est un peu trop long et il faudra couper un peu. À la suite de tes commentaires et de ceux de Philippe (notre rédacteur en chef), je te ferai parvenir une version révisée au même moment de l'envoyer à Nathalie pour approbation.

Merci bien Diane et à bientôt,

Sonia

p.s. Finalement, je n'ai pas réussi à joindre [Artiste 04] à temps, elle vient de me laisser un message ce matin mais c'est malheureusement trop tard pour cet article, on pourra voir ce qu'on peut faire avec les témoignages de tous ces artistes, peut-être en mettre quelques extraits sur le site... On s'en reparle.

Message de Philippe à Sonia – 5 mars 2008, 11 h 56

Bonjour Sonia,

Le texte est effectivement long mais il est très intéressant. Je trouve cependant que Diane occupe une place trop importante, son rôle semble plus important que celui du programme lui-même. En fait, on dirait que le programme, ce n'est qu'elle. Peut-on retirer quelques citations ? Qu'en penses-tu ?

Avons-nous des photos des personnes interviewées et du visuel de ce programme ?

Merci,

Philippe

Le courriel que Sonia fait parvenir à Diane exprime clairement le processus de traduction qui a eu lieu lors de la rédaction de l'article. Après avoir interviewé les artistes, Sonia s'est retrouvée avec plusieurs informations qu'elle a dû trier puis conserver ou rejeter. L'article qu'elle propose est donc une traduction de ses rencontres avec les artistes. Dans sa première communication à Philippe, elle exprime son tiraillement face à cette sélection : « S'il faut

absolument couper, je pense qu'il faudrait le faire dans les citations des artistes... mais j'ai de la misère à choisir. »

De plus, Sonia invite Diane à lui faire parvenir ses commentaires. Bien que Diane soit la personne la plus compétente pour approuver ce texte, elle n'a pas la voix la plus forte dans la hiérarchie de la compagnie puisque c'est Nathalie, sa supérieure, qui approuvera ultimement la version finale du texte. Toutefois, comme Nathalie connaît très peu le quotidien et les détails du programme, on peut comprendre pourquoi elle sera mise devant le fait accompli. Plusieurs autorités (et donc traductions) semblent en présence : l'autorité de la personne de terrain qui est censée bien connaître la réalité des opérations par rapport à l'autorité de la voix officielle, sans doute moins au fait de la réalité des opérations et qui est néanmoins celle sanctionnant la réalité projetée aux lecteurs de la revue. Lorsque le texte sera soumis à Nathalie, il aura d'abord été traduit par Sonia, puis commenté et sanctionné par Diane et Philippe. Sa sanction ne semble être, dans ce cas précis, qu'un appareil ou une formalité. Dans d'autres circonstances, elle aurait pu intervenir car toute « vérité » n'est évidemment pas bonne à dire, en tout cas du point de vue officiel.

En entrevue semi-dirigée, Sonia indique également qu'une citation de Martin, un collègue de Nathalie, a été utilisée dans l'article. Comme celui-ci était à l'extérieur du bureau, c'est une personne de son équipe qui a approuvé en son nom la citation. Ainsi, bien que la citation sera signée par Martin, c'est une collègue qui l'a sanctionnée et qui devra en répondre.

Il est aussi intéressant de noter que Sonia présente Philippe – que Diane ne connaît probablement pas – comme étant le rédacteur en chef. Ceci peut sembler banal mais, dans une organisation, les rôles et surtout les pouvoirs de tous et chacun dépendent souvent du titre d'une personne. Ici, comme Philippe agit à titre de rédacteur en chef, Sonia lui confère une autorité sur le texte. C'est comme si elle disait à Diane : « Je dois considérer les commentaires de Philippe même s'il n'a aucune autorité sur moi ». Effectivement, Philippe et Sonia occupent des postes similaires, du même niveau hiérarchique, au sein de l'organisation. Or, les commentaires de Philippe, dans le cas présent, ont plus de poids que ceux des autres conseillers. Ainsi, la voix de

Philippe peut plus facilement se faire entendre lorsqu'il est question de la revue, et ce, grâce à son titre de « rédacteur en chef ».

On note également que Philippe tente de minimiser le rôle de Diane dans cet article. Il écrit : « son rôle semble plus important que celui du programme lui-même. En fait, on dirait que le programme, ce n'est qu'elle ». Bien que l'unique personne travaillant pour ce programme soit officiellement Diane, Philippe propose d'emprunter davantage la voix du programme que celle de son employée. De cette façon, il veut donner une voix à un concept, soit le programme « À la croisée des chemins », plutôt qu'à la personne qui le constitue. Ceci pourrait s'expliquer par le fait que, contrairement à Sonia qui désire, tel que mentionné précédemment, humaniser le texte, Philippe tente plutôt de l'institutionnaliser. Effectivement, en relativisant l'apport de Diane, Philippe semble vouloir rendre le texte plus générique. Sa réflexion semble être : « Advenant le départ de Diane, le programme demeurera ». Finalement, il demande l'avis de Sonia, mais on peut supposer que son commentaire se veut davantage une consigne et que cette ouverture n'est qu'une forme de politesse.

On remarque également que Philippe garde en tête la troisième étape, ou la troisième traduction, soit celle vers l'image. À cette effet, il demande à Sonia si elle a des photos des personnes interviewées et un visuel pour le programme. Ce visuel, la photo d'un personnage de l'un des spectacles accompagné de l'image de poteau de signalisation à quatre panneaux, est censé représenter et donc traduire l'ensemble du programme et du concept. Il est intéressant de noter que plusieurs concepts au sein de cette organisation, dont ce programme, sont traduits par un logo ou un visuel empruntant, pour la plupart, des éléments provenant des spectacles. Ceci peut s'expliquer par le fait que plusieurs employés ne parlent pas français ou anglais – les deux langues officielles de l'organisation et de ses outils de communication interne – et qu'un visuel est un symbole pouvant être compris sans la barrière de la langue. En utilisant des éléments des spectacles, on s'assure que ces différents logos porteront une signature propre à l'organisation. Les logos permettent à l'organisation de faciliter la lecture et la compréhension tout en apposant sa signature distinctive.

En fin de journée, Mona fait parvenir à Philippe ses commentaires sur l'article. Elle souligne qu'elle apprécie le texte, mais indique qu'elle équilibrerait les statistiques de Las Vegas pour qu'elles ressemblent davantage à celles de Montréal. De plus, elle retirerait l'information selon laquelle des billets de spectacles peuvent être remboursés, craignant d'ouvrir une boîte de Pandore. Elle souligne finalement avoir appris certains détails sur sa supérieure à la lecture de l'article.

La demande de Mona de réduire le nombre de statistiques provenant du bureau de Las Vegas par rapport à celles de Montréal indique un désir d'équilibre entre les deux voix. Comme l'équipe de Las Vegas avait fait parvenir le double de renseignements, un lecteur aurait pu, par association libre, croire que cette équipe travaille deux fois plus que l'équipe de Montréal ou qu'elle occupe une place deux fois plus importante. Or, l'équipe de Montréal est beaucoup plus nombreuse et son champ d'action est plus étendu. La demande de Mona n'est toutefois pas de faire ressortir Montréal au détriment de Las Vegas, mais plutôt de simplement uniformiser la voix des deux groupes impliqués. Cette demande traduit un désir d'égalité au sein de cette équipe. Elle semble affirmer : « Peu importe le nombre d'employés et de dossiers, les voix de nos deux équipes devraient être de même force ».

Ensuite, Mona demande que l'on retire une information qu'elle considère problématique. Bien que cette information soit véridique et vérifiable, Mona manifeste son inquiétude à ce que cet élément n'entraîne des conséquences indésirables. Bien qu'elle formule ce commentaire au conditionnel, comme l'ensemble de ses commentaires d'ailleurs, on voit ici qu'elle semble anticiper ce que sa supérieure pourrait demander. En effet, elle n'a personnellement rien à perdre ou à gagner par rapport au fait que cette information soit diffusée ou non. Toutefois, c'est sa supérieure qui devrait répondre aux questions et gérer la « tempête » que cela pourrait créer. Mona se fait donc implicitement la porte-parole des intérêts de sa supérieure qui elle, représente officiellement l'organisation.

Puis, Mona indique en avoir appris sur Françoise, sa supérieure, ce qui traduit assurément une appréciation du texte. Bien que cette remarque ne signifie pas que le texte est approuvé, elle n'a pas l'autorité pour le faire, ce commentaire permet à Philippe de présenter son

texte avec plus d'assurance, sachant qu'une employée de Françoise a exprimé une opinion favorable.

Le jeudi 6 mars en matinée, Maryse fait parvenir à Tom une seconde version modifiée du texte portant sur sa nomination. Tom lui répond que ses ajouts sont très pertinents et qu'il considère que ceux-ci personnalisent beaucoup le texte. Il précise « ça te ressemble plus encore que le texte original ». Il conclut en soulignant qu'il a envoyé le texte en traduction.

La lecture de ce courriel de Tom nous incite à croire que le texte est final et approuvé puisqu'il précise l'avoir envoyé en traduction (français/anglais), qui est la dernière étape du processus de rédaction avant la production graphique. On voit aussi comment un texte est implicitement présenté comme le miroir d'une personne (« ça te ressemble plus encore que le texte original »). Traduire fidèlement, c'est donc en quelque sorte permettre à celui qui est traduit de s'y reconnaître, de s'y voir. Quelles que soient les transformations effectuées (toute traduction, toute médiation, présuppose une transformation), la fidélité repose en grande partie sur la sanction, que celle-ci vienne de la personne traduite elle-même (qui a, a priori, une certaine autorité sur son image) ou d'une autre personne ayant autorité sur cette question.

Or, quelques instants plus tard, Maryse croise Philippe à la cafétéria et l'informe qu'elle a quelque chose à lui demander, mais que c'est Karine qui lui en parlera sous peu. Un peu plus tard, lorsque Philippe rencontre Karine sur l'heure du dîner, cette dernière l'informe que Maryse désire qu'il retravaille personnellement le texte de sa nomination. Karine lui fera parvenir en début d'après-midi la plus récente version du texte avec les commentaires de Maryse. Elle précise que Maryse a pratiquement réécrit le texte au complet la veille parce que la version proposée par Tom ne concordait pas avec ses objectifs et que ce texte contenait des erreurs par rapport aux informations qu'elle lui avait transmises lors de l'entrevue.

On note d'abord l'accusation implicite de trahison qui s'est produite, selon Maryse (et Karine), lors de la traduction entre l'entrevue et l'article proposé par Tom. Aux yeux de Maryse, le texte ne correspond pas à la réalité, en tout cas pas à celle qu'elle veut projeter et voir traduite. Ensuite, on comprend que Maryse, en faisant parvenir ses commentaires à Tom, ne considérait pas encore le texte comme approuvé, mais s'attendait plutôt à recevoir une nouvelle version

améliorée. Tom traduit toutefois ce courriel tout autrement puisqu'il remercie Maryse pour ses ajouts et l'informe que le texte est en traduction, donc qu'il est terminé et qu'il le considère comme sanctionné et final. Il s'agit là d'une traduction/interprétation erronée que nous pourrions attribuer à l'outil technologique. Effectivement, le courriel étant un média essentiellement textuel, certaines erreurs d'interprétation peuvent survenir. Il est intéressant de noter que sans le ton, l'intonation, le visuel, bref, les autres éléments – la méta-communication – qui accompagnent souvent le discours, la voix devient moins précise lorsqu'elle est couchée sur papier ou, dans le cas présent, sur un écran d'ordinateur. Ça revient au discours de Marie-Eve un peu plus tôt dans le processus : « Ça passe mal la barrière de l'écrit ».

Lorsque Tom affirme « ça te ressemble plus encore que le texte original », on comprend rétrospectivement qu'il n'est pas, en fait, au diapason avec Maryse. Pour elle, « la version proposée par Tom ne concordait pas » et elle « a pratiquement réécrit le texte au complet la veille ». Non seulement elle ne sanctionne pas la traduction qui a été faite de sa voix, mais elle semble affirmer que le texte initial ne traduisait absolument pas sa voix. De son côté, Tom affirme que la première version traduisait somme tout assez bien la voix de Maryse, mais qu'il est d'accord que les ajouts (qui semblent en fait majeurs) améliorent le texte. On pourrait supposer qu'il s'agit d'une façon pour Tom de « sauver la face » (que ce soit du côté de Philippe ou du côté de Maryse) et d'étouffer une situation potentiellement conflictuelle.

C'est ensuite Karine qui s'exprimera au nom de Maryse. Ici, il est difficile d'expliquer pourquoi Maryse n'a pas fait elle-même sa demande à Philippe lorsqu'elle l'a croisé le matin. On peut deviner qu'elle désire garder une certaine distance face à ce dossier, peut-être afin de ne pas froisser Tom. Peut-être a-t-elle également considéré que la voix de Karine, qui est en contact plus fréquemment avec Philippe, était plus propice à bien traduire sa demande. Peut-être enfin ne désire-t-elle pas « aller au front » et préfère que ce soit sa subordonnée, Karine, qui le fasse pour elle. Or, on voit que Karine ne fait que transmettre la demande de Maryse et précise que c'est cette dernière qui désire une nouvelle traduction. Karine est donc censée traduire le désir de sa supérieure auprès de Philippe, un geste qui a comme conséquence de réaffirmer l'autorité

de Maryse. S'entourer de représentants qui parlent en votre nom a comme effet d'établir une certaine autorité réaffirmée dans la délégation.

Le même après-midi, Marc-André fait parvenir à Ted, l'employé de Las Vegas à propos duquel il a écrit, le texte qu'il a rédigé pour approbation. Il souligne qu'il a dû faire des choix déchirants qui expliquent pourquoi certains éléments discutés lors de l'entrevue ne se retrouvent pas dans le texte proposé. Il lui demande ensuite de faire parvenir ses commentaires d'ici la fin de la semaine.

Voici un autre exemple de traduction de la voix. Après une entrevue, donc un moment réservé où une personne échange avec une autre personne, le traducteur enclenche un processus de choix éditorial – il ne peut pas tout conserver, il doit faire des choix, choisir un angle d'attaque et rédiger au nom de l'autre – afin de produire un contenu rédactionnel traduisant à la fois la ligne éditoriale et une certaine réalité de l'entrevue. Cette traduction est ensuite remise à la personne traduite pour approbation. Notons que cette demande de sanction ne vise pas implicitement à obtenir l'autorisation de diffuser, ce pouvoir revenant officiellement au rédacteur en chef, mais bien l'approbation de la traduction. La question que Marc-André aurait pu formuler est : « Ai-je bien traduit ta voix ? » ou « Est-ce que tu la reconnais ? ». En approuvant la traduction, on comprend toutefois que la personne traduite approuve par le fait même la diffusion puisqu'elle savait dans quel but ce processus avait été enclenché.

En fin de journée, Philippe envoie à Karine une version révisée du texte de Tom. Voici le courriel qu'il fait parvenir à Karine :

Salut Karine,

N'ayant pas parlé à Maryse à ce sujet, et n'ayant pas eu ses commentaires, il m'est difficile de bien cerner l'essence de son propos. J'espère que cette proposition lui conviendra.

Fais-moi signe demain matin si vous voulez qu'on le retravaille à nouveau.

Bonne soirée.

Philippe

Le courriel que Philippe transmet à Karine exprime la difficulté de la tâche qu'il s'est vu remettre. Sans avoir rencontré Maryse et sans avoir ses commentaires – le texte qu'il a reçu n'indiquait pas quelles étaient les modifications de Maryse – il a dû traduire ses propos sans les connaître! Une étape importante de la traduction est donc négligée puisqu'il se voit contraint de traduire un message sans avoir entre les mains l'information de base. Il doit donc traduire une voix sans l'avoir lui-même entendue.

Quelques instants plus tard, Philippe rencontre François, le supérieur de Tom, pour l'informer qu'on lui a demandé de réécrire le texte de ce dernier. Il précise qu'en l'absence de Tom, qui était à l'extérieur du bureau toute la journée, et dû au manque de temps, il a accepté cette demande sans en aviser Tom. François l'informe qu'il a bien fait et que Tom était probablement au courant. Le lendemain, Karine transfère par courriel le texte révisé par Philippe à Maryse pour approbation. Celle-ci répond quelques instants plus tard : « This is great. Merci. Maryse ».

De son côté, Karine semble approuver la traduction de Philippe puisqu'elle transfère le texte tel quel à Maryse. Celle-ci approuvera finalement le texte sans demander de modifications. Bien qu'elle n'ait jamais sanctionné clairement ou officiellement le texte, le fait qu'elle apprécie (« This is great ») et qu'elle ne demande aucune révision constitue aux yeux de Philippe une approbation. De plus, lors d'une discussion informelle qui suivra, Karine confirmera qu'il s'agit de la meilleure réponse qu'il aurait pu recevoir de Maryse, confirmant ainsi l'approbation.

Il est aussi intéressant de noter que François, le patron de Tom, affirme que ce dernier est probablement au courant de la situation. Cette intervention traduit un désir de « protéger » son employé. Ce faisant, François rétablit une situation qui aurait pu être perçue comme étant conflictuelle. Effectivement, la première lecture de Philippe semblait être : « Maryse considère que le texte de Tom traduit mal son propos, elle a demandé à Karine de m'approcher pour que je le réécrive, il y a donc un conflit entre Maryse et Tom puisqu'elle se sent trahie par la traduction qu'il a fait de leur rencontre et demande à quelqu'un d'autre de compléter le travail ». Or, la réponse de François sous-entend que Tom, occupé par d'autres tâches « plus importantes », aurait laissé Philippe compléter le texte. François transforme (traduit) une situation de

« trahison » en un simple changement de dossier. Que cette affirmation de François soit exacte ou complètement fausse importe peu. Ce qui est intéressant ici, c'est de voir comment François recadre / traduit la réalité afin d'éviter une situation compromettante, un phénomène fréquent en organisation. Pour ne pas perturber « l'organisation », il peut arriver que certaines personnes « ajustent » les faits ou, du moins, leur donnent un certain angle.

Le lundi 10 mars, Philippe fait parvenir à Françoise son texte sur l'Action culturelle pour approbation. Il lui demande d'envoyer ses commentaires ou son approbation d'ici la fin de la journée, tout en s'excusant pour le court délai. Elle lui fera parvenir un peu plus tard ses commentaires en le remerciant pour « cette belle vitrine ».

Tel qu'il a été souligné plus tôt, on voit un autre exemple du processus rédactionnel :

Voix → Traduction d'une voix → Sanction de la voix

Quelques instants plus tard, Ted fera également parvenir à Marc-André son approbation pour le texte, avec quelques modifications. Il l'informe qu'il lui fera parvenir des photos de lui un peu plus tard dans la journée.

Nous reviendrons plus tard sur le rôle que joue l'image dans le processus de création de la voix organisationnelle.

Une fois le processus rédactionnel complété, Philippe et Annie rencontrent l'équipe graphique pour entamer la production graphique, qui constitue une traduction du domaine de l'écrit vers le domaine du visuel et de l'image. Bien que cette étape se rapporte moins au processus de création de la voix organisationnelle, nous avons fait ressortir quelques exemples intéressants de traduction. Nous analyserons également le rôle de l'image dans ce processus.

6.3 LA PRODUCTION GRAPHIQUE

Avant d'entamer la production graphique, Philippe et Annie rencontrent toujours le directeur artistique et le ou la graphiste afin de planifier ensemble la maquette de la revue. Cette rencontre s'est tenue le mercredi 12 mars en début d'après-midi. Philippe mentionne d'abord qu'un erratum doit être publié :

Philippe Allez hop! La revue? [...] Bon, d'abord, y'a un erratum qu'on doit placer. Y'a une phrase qui a été mal traduite sur la petite Zoé dans la dernière édition. La famille est pas contente, alors on va faire un petit erratum pour dire que

la sœur d'Ella ne joue pas dans le show, mais qu'elle pratique les numéros musicaux dans l'espoir, un jour, de faire un remplacement. Mais elle ne joue pas. Il paraît que ça fait un drame en ce moment sur [Spectacle 04], alors on va s'excuser publiquement.

Pierce [À lui-même, en chuchotant] What the fuck! Who cares?

On note d'abord l'usage du « on », très générique. Lorsque Philippe dit « y'a un erratum qu'on doit placer », on pourrait croire qu'il est question de l'équipe graphique et de lui. Or, lorsqu'il dit « on va s'excuser publiquement », le « on » ne semble plus inclure l'équipe graphique mais bien l'équipe de la revue au complet ou, plus globalement, l'entreprise en tant qu'entité sociale. Les deux « on » qu'il utilise souligne qu'il s'associe à la fois à l'équipe de production graphique de la revue, donc une cellule très « micro » de l'organisation, ainsi qu'à la compagnie elle-même, soit la vision « macro » de son rôle.

Par sa réaction, Pierce semble rejeter la pertinence d'une telle intervention : « Who cares? ». Il se fait implicitement le porte-parole des membres de l'organisation, un rôle qui n'est pas le sien, pour souligner qu'il considère cet erratum inutile. Ce faisant, l'écart entre l'objectif de Pierce et de Philippe est mis en évidence. Pour Pierce, un texte de ce type n'apporte rien. En tant que directeur artistique, son regard est davantage porté sur le visuel, sur l'esthétique. Le contenu n'est donc pas sa priorité et il ne voit probablement pas la portée d'un tel texte. Or, il s'agit d'un enjeu important pour Philippe afin de corriger une trahison qui s'est produite, selon certains. Encore plus loin, on comprend que Philippe tente de protéger l'intégrité de la revue et, par le fait même, de la voix organisationnelle qu'elle représente. Effectivement, la revue est bien le porte-parole de la voix organisationnelle aux yeux de plusieurs employés.

Ceci étant dit, le ton de Philippe permet également de deviner qu'il publie cet erratum pour éviter une situation conflictuelle et préserver l'intégrité de la revue, mais qu'il considère, tout comme Pierce, que cette situation est exagérée : « Il paraît que ça fait un drame en ce moment sur [Spectacle 04], alors on va s'excuser publiquement. » Lorsqu'il dit « Il paraît », Philippe hausse les sourcils et regarde vers le haut, appuyant son exaspération. Il semble également affirmer à Pierce : « Je suis d'accord avec toi d'une certaine façon, mais je n'ai pas le choix ». Cette solution lui permet de se frayer un point de passage entre deux traductions a priori opposées : « cet erratum est stupide » (Pierce) en opposition à « cet erratum est important » (les

représentants du spectacle 04). Comme toujours, l'idée est d'assurer une certaine « fluidité » dans les processus organisationnels.

Un peu plus tard, Philippe présente l'article écrit par Myriam sur l'événement Zaragoza et indique à Pierce qu'il aimerait que l'on publie le scénarimage :

- Philippe [...] (1,0) Donc, on a Zaragoza, ça parle des événements spéciaux. Et y'a toute le *storyboard*, Pierce. Donc, on voulait l'utiliser parce que Myriam a préparé un texte, mais le concept général c'est qu'on a aussi des vignettes qui vont avec chacune des étapes du défilé. Donc, c'est en 1 000 mots, donc ça va prendre deux pages. On pourrait le placer en 4 et 5, en attendant.
- Pierce Okay.
- Philippe Donc, y'aurait la vignette du *stroyboard* à placer quelque part.
- Pierce Tu veux placer tout le storyboard?
- Philippe Y'a 4 ou 5 étapes. Ben (0,2), la diviser en cinq moments clés je pense. Je pense qu'il va falloir couper un peu parce qu'elle est trèèèèèèèè longue.
- Pierce C'est ça que j'allais te dire. Tu rentres pas tout ça. Si c'est trop petit, Philippe, moi je propose qu'on est mieux de choisir quelques images pis de les mettre plutôt que tout mettre, pis tout est petit.
- Philippe Oui, je suis d'accord. Mais je pense que c'est cinq moments clés qu'elle a choisis.
- Pierce Good.

Dans cet échange, le scénarimage (encore appelé storyboard) est un actant perçu différemment par Philippe et Pierce. Alors que Pierce a un souci d'esthétisme : « Si c'est trop petit, Philippe, moi je propose qu'on est mieux de choisir quelques images pis de les mettre plutôt que tout mettre, pis tout est petit. », Philippe s'intéresse davantage au propos, au contenu. Pour lui, le scénarimage est bien plus qu'un visuel qui agrmente la mise en page, c'est un complément d'information. Le visuel est ainsi un actant qui est censé fournir de l'information. Voilà pourquoi il insiste pour que les quatre ou cinq étapes sélectionnées par l'auteur soient utilisées.

Tel que nous l'avons vu plus tôt lorsqu'il a été proposé qu'un texte sur la création des costumes soit remplacé par une série d'articles, ou lorsqu'un logo (La croisée des chemins) représente un concept, un visuel peut également traduire une voix. Ceci semble particulièrement vrai dans une organisation où le « core business » est lui-même très visuel. Effectivement, les spectacles de cette compagnie ne proposent habituellement que très peu, voire pas, de paroles. En entrevue semi-dirigée, Tom nous fournit un indice d'explication : « de par la quantité de cultures et de langues parlées, il faut parler dans un langage simple, pas simpliste mais simple,

pour que les gens nous comprennent. » Au-delà d'un style d'écriture « simple », on peut pousser la réflexion plus loin et affirmer qu'une image est nécessairement être comprise par l'ensemble des gens formant l'organisation. Il est vrai toutefois que même un visuel peut être interprété différemment par deux personnes de cultures différentes; or, une image demeure une image et, bien que son contenu puisse engendrer des interprétations / traductions différentes selon le lecteur, ses éléments seront toujours relativement accessibles, décodables. Ceci n'est pas le cas avec le texte et l'écrit qui devient évidemment étanche, indécodable, à quiconque ne maîtrise pas la langue. On comprend donc pourquoi cette organisation mise beaucoup sur le visuel et sur l'icônique.

En discutant de l'article sur l'histoire de la magie, Philippe a l'idée d'ajouter un court texte sur le magicien qui présentera bientôt un spectacle avec la compagnie. Ce faisant, il se tourne vers Annie. Elle répond :

Annie	Pourquoi tu me regardes?
Philippe	Ben, pour que tu puisses me rappeler de le faire. Donc, on le ferait sur trois pages.

Le simple fait qu'il regarde Annie en émettant cette idée est perçu par cette dernière comme une commande implicite. La phrase « Pourquoi tu me regardes? » traduit plutôt « J'espère que tu ne veux pas que j'écrive cet article ». Philippe répond qu'il s'attend plutôt à ce qu'elle lui rappelle cette décision pour qu'il puisse assurer un suivi. Puisqu'il venait tout juste de dire : « je ne sais pas si on a le temps », on peut également extrapoler et imaginer qu'il cherchait son approbation.

Lorsque Philippe demande à Pierce s'ils ont une photo du magicien américain, celui-ci répond vaguement, Julianna, la conceptrice graphique qui travaillera sur cette édition de la revue, propose alors d'utiliser le logo du magicien :

Philippe	Je vais demander à Françoise. (1,0) 12-13-14, on aurait l'histoire de la magie. Pour ce qui est des visuels de ça, au Centre de doc, je vais aller vous sortir les livres. Y paraît qu'on a beaucoup de livres qui présentent des vieilles affiches de spectacles, et... (1,0) est-ce qu'on a des visuels de [magicien américain]?
Pierce	Je vais demander à Marie-Eve.
Julianna	À la limite son logo?
Pierce	I don't want to do too much publicity for him. Tsé, je veux dire...
Charles	C'est la revue.

Bien que le logo du magicien américain corresponde à la demande formulée par Philippe, soit un visuel représentant le magicien, on comprend que Pierce et Charles considèrent ceci comme étant une trahison. Effectivement, ce visuel traduit correctement le magicien, et non pas le magicien qui collabore avec cette organisation. Pour Pierce et Charles, qui travaillent sur cette revue depuis plus longtemps que Julianna, il importe que les visuels représentent avant tout la voix et la personnalité de l'organisation, et ce, même lorsqu'il est question de personnalités externes à celle-ci. Le logo du magicien, qu'il utilise pour tous ses projets à l'extérieur de cette organisation, ne traduit donc pas adéquatement la voix de l'organisation. La réponse de Pierce : « I don't want to do too much publicity for him » traduit son désir de parler de lui sans perdre de vue que la voix qu'il représente visuellement est celle de son organisation.

Il est ensuite proposé par Charles de placer l'article aux pages 6, 7 et 8. Philippe émet alors une hésitation à avoir deux longs textes se succédant :

Charles	Donc on le fait en 6, 7 et 8?
Philippe	Heu... (1,0) tu-tu-tu... hum (1,0) C'est que j'aurais peut-être voulu... (1,5) Ça fait deux gros articles qui se suivent. On a quatre gros articles ce mois-ci. Les autres sont beaucoup plus petits.
Pierce	On peut faire un deux pages, et ensuite deux une pages séparées.
Julianna	C'est ça, donc on a 4-5, 8-9 puis 12-13-14. Pis on ajoute peut-être deux pages.
Pierce	C'est ça.
Philippe	Donc, 8 et 9 seraient La croisée des chemins et...
Julianna	12-13-14 seraient l'histoire de la magie.

On comprend que Philippe désire ponctuer la lecture de la revue. En intercalant des articles plus longs et d'autres plus brefs, il utilise la mise en page comme il utiliserait un point ou une virgule. Les choix éditoriaux sont donc présents dans les trois étapes du processus de création de la revue : la rencontre de planification, où l'angle des articles est choisi, la rédaction, lorsque des choix sont faits, et la mise en page, lorsqu'on ponctue le flot de lecture et lorsqu'on utilise le visuel (logos ou images), qui traduit certains éléments ou concepts.

Viendra ensuite une discussion visant à savoir où placer les différents articles. Ceux-ci sont alors traduits par des lettres : « Ce que je ferais, page 6, on avait dit E. Page 7, je mettrai I », « Donc, en 15 je mettrais M », « Finalement, il y aurait K » et « Ben là, je voyais que ça faisait H, N et C, trois longs textes qui se suivaient. Pour couper, je déplacerais peut-être le M ».

On remarque que des lettres agissent alors au nom des articles. Lorsque Philippe dit qu'il déplacerait « M », il propose plutôt de déplacer l'article portant sur le processus de création des costumes. Cette traduction s'effectue par souci de clarté et d'économie de temps pour les différents membres réunis.

Lorsque vient le temps de choisir le visuel qui se retrouvera sur la couverture du magazine, Philippe demande à Pierce s'il a des images de personnages où l'on voit leurs souliers. Cette question donne l'idée à Pierce d'utiliser des gros plans de costumes afin de leur donner de l'importance :

Philippe	Hummm... (2,0) Mmm, mmm. (3,0) On as-tu des photos d'un personnage qui a rapport avec des souliers?
Pierce	C'est ça. Ce qu'on pourrait faire, c'est utiliser les photos écoeurantes qu'on a de close-up des costumes. On pourrait juste faire des close-up, parce qu'on n'a jamais vraiment donné l'importance aux costumes. Qu'est-ce que t'en penses?
Charles	Oui.

Lorsque Pierce dit : « donner de l'importance », on comprend qu'il veut mettre en valeur les costumes. Le costume est ici censé représenter – rendre présent – l'ensemble des employés œuvrant à la confection des costumes. Comme il serait impossible de mettre une photo de tous les employés des ateliers en page couverture, c'est un gros plan de tissu qui agira en lieu et place de ces personnes. Ainsi, le fait de mettre l'image d'un costume en page couverture traduit un désir de reconnaître le travail des centaines de personnes qui travaillent dans l'ombre. Que cette traduction soit reconnue ou non, c'est celle qui est proposée ici.

Une fois cette rencontre terminée, Philippe et Annie rassemblent tous les textes et tous les visuels qu'ils acheminent à la graphiste, Julianna dans le cas présent, qui est aussi la coordonnatrice graphique. Deux semaines plus tard, la graphiste remet à Philippe une première version de la revue mise en page. Philippe s'assure alors que le montage graphique correspond à ses attentes et à ce qui avait été convenu lors de la rencontre de production graphique.

Dans le cas présent, la première maquette contenait deux erreurs majeures. D'abord, le texte sur le sondage des communications internes était accompagné d'une carte du monde sur laquelle des résultats avaient été placés. Or, la mise en page était telle qu'on avait l'impression que certains paragraphes étaient directement reliés à une région géographique précise. Ainsi, un

paragraphe qui traitait des problèmes techniques de l'intranet était « associé visuellement » à l'Océanie. Philippe a donc demandé qu'on revoie la mise en page pour diminuer le risque de mauvaise interprétation/traduction du visuel.

Tous les éléments présents dans la mise en page étaient corrects. En fait, la graphiste avait très bien fait son travail qui était de mettre en page, de façon esthétique et en accord avec certaines règles d'éditiques, le texte fourni. Toutefois, lors de la première lecture, Marie-Eve fait valoir à Philippe que les éléments visuels pourraient porter à confusion et inciter les lecteurs à croire que certains paragraphes doivent être associés à certaines régions. Le message qu'enverrait ce visuel et cette mise en page serait donc, selon elle, une traduction erronée.

Le cas le plus flagrant se trouve toutefois dans la page qui présente l'article sur Ted. Bien que Philippe ait précisé lors de la rencontre qu'il s'agissait d'un portrait de Ted, la graphiste semble avoir interprété le texte tout autrement. Se basant sur le texte original : « Plonger dans l'expérience Tapis Rouge », Julianna semble déduire qu'il s'agit d'un article portant sur le programme Tapis Rouge. La mise en page qu'elle propose, donc la traduction graphique qu'elle en fait, tourne autour de cet élément. On retrouve le logo « Tapis Rouge » en haut de page ainsi que des visuels (silhouettes de personnages) propres à ce programme. Certains passages sont également encadrés dans des zones rouges. À aucun endroit on ne retrouve une photo de Ted, pourtant remise à l'équipe graphique lors du transfert des fichiers.

La « trahison » qui survient ici peut facilement être attribuée au titre qui porte à confusion : « Plongez dans l'expérience Tapis Rouge ». De plus, le texte présente Ted, mais il est abondamment question du programme. Julianna, oubliant probablement ce qui avait été convenu lors de la rencontre de production graphique, traduit ceci par un article avec la signature « Tapis Rouge ». Dans ce cas, tant le logo que les silhouettes rouges de personnages rappellent et appuient cette traduction erronée. On voit donc ici une illustration claire de l'agentivité des textes et des images, une agentivité qui ne se dévoile, bien entendu, qu'au travers des traductions proposées par les lecteurs et les vérificateurs.

Philippe demande que l'on retire le logo « Tapis Rouge » et qu'on diminue l'importance de la couleur rouge. *Bien qu'il ne s'agisse que d'une couleur, le rouge, dans ce contexte, met*

l'emphase sur cette partie de l'article qui ne se veut pas le message central. Philippe demande également que la photo de Ted soit ajoutée à la mise en page. Pour éviter toute confusion, Philippe propose à Marc-André, l'auteur de l'article, que le titre soit remplacé par : « Plonger dans une expérience nouvelle – Portrait de Ted ».

On note que l'erreur commise par Julianna permet à Philippe de se rendre compte que le titre de l'article porte à confusion pour quelqu'un qui n'a pas assisté à tout le processus de création de la revue. Bien que les éléments visuels représentant le programme Tapis Rouge aient été retirés, un lecteur aurait tout de même pu interpréter le titre comme présentant un article portant sur ce programme. En précisant le titre, Philippe tente d'éviter toute confusion et de remettre Ted au centre du message.

La seconde maquette proposée par Julianna correspond davantage aux objectifs de l'article, soit de présenter un employé de l'organisation.

Après quatre versions différentes de la revue et après plusieurs relectures, le fichier est envoyé chez l'imprimeur. La revue sera finalement imprimée et livrée le 21 avril 2008.

7 DISCUSSIONS ET CONCLUSIONS

J'aimerais, dans ce chapitre, revenir sur les principaux thèmes de mon analyse des données et tracer un tableau synthèse de celle-ci. Je présenterai ensuite les limites d'une telle recherche et proposerai d'autres recherches possibles.

7.1 DEUX VISIONS COMPLÉMENTAIRES

Bien que deux visions de la voix organisationnelle semblent s'opposer dans la littérature, cette recherche m'aura permis de démontrer, je l'espère, qu'elles sont pourtant complémentaires et intimement liées, ou du moins qu'elles ne sont pas incompatibles. Effectivement, alors que Boje (1995) oppose diamétralement la vision moderne ("grand story" et "grand narrative") et la vision post-moderne ("pluralistic construction of a multiplicity of stories, storytellers, and story performance events"), cette étude souligne, quant à elle, le fait qu'une revue organisationnelle, donc censée représenter LA voix officielle ("grand narrative") de l'organisation, donnera pourtant

la parole à une multitude d'interprétations qui s'affrontent ("pluralistic construction") et que ce sont ces différentes voix qui permettront sa création (puisqu'il s'agit bien d'une création, d'une interprétation). Effectivement, pour étudier la voix de ceux qui portent officiellement la parole de l'organisation (et ainsi étudier le processus de création de la voix organisationnelle selon une vision moderne), il faut considérer l'apport de différentes voix (« locally, temporally and situationally limited narratives », Flick, 1999, p. 12). C'est donc à partir de la vision des différents acteurs, de la façon dont ceux-ci font sens de leur travail et de l'organisation dans laquelle ils évoluent, qu'une voix officielle peut se créer.

On critique régulièrement que la vision moderne de la voix organisationnelle ne reflète pas la multitude d'entités et d'actants qui parlent ou agissent en son nom. Cooren, Taylor et Van Every (2006) prétendent qu'il serait une erreur théorique et pratique de n'étudier que les voix de ceux qui sont reconnus officiellement comme étant ses représentants autorisés. Bien que cette affirmation me semble encore tout à fait exacte et fondée – je demeure en accord avec cette vision hybride et plurielle de l'organisation –, il m'apparaît également clair que la voix des porte-parole officiels est construite à partir d'une multitude de discours. Ainsi, bien que j'aie étudié un concept moderne, soit la voix organisationnelle perçue comme un « grand narrative », j'ai dû faire appel à une méthodologie plurielle (le suivi des voix organisationnelles) pour montrer que différentes interprétations se font entendre et s'affrontent. De ces échanges et de ces confrontations naît LA voix organisationnelle.

Mentionnons également qu'en étudiant LA voix organisationnelle (vision moderne), je ne rejette aucunement la vision post-moderne des organisations. Toutefois, bien qu'il semble accepté que les organisations soient identifiées, définies et délimitées par l'ensemble des agents qui parlent et agissent en leur nom (Cooren, 2006, p. 83), il demeure toutefois que toute organisation exige, à un moment ou à un autre, qu'un acteur désigné soit mandaté pour porter sa voix, ne serait-ce que pour exprimer une décision engageant l'organisation. Il ne faut donc pas négliger leur rôle.

Boje affirme que les organisations sont le théâtre d'une quête d'un jeu langagier dans lequel les membres tentent de faire entendre leur voix. La voix de l'organisation telle qu'elle est construite par l'équipe des communications internes est le résultat de ce jeu. La revue qu'ils créent est donc la pièce que ce théâtre a vu naître. Cette analyse m'a permis de démontrer que la voix de l'organisation, celle portée par les porte-parole officiels, est une traduction de cette quête d'un jeu langagier.

Selon la vision moderne, la voix organisationnelle, dont celle des porte-parole, a une valeur supérieure à celle d'un employé (Deetz, 1992, 2001). Searle (1995) ainsi que Taylor et Cooren (1997) affirment que la communication devient « organisationnelle » lorsqu'un acteur identifié et reconnu par son organisation prend la parole. Cette analyse aura permis de mettre en évidence l'importance de la représentation, de la hiérarchie et de la sanction. Pour avoir une valeur supérieure, la voix du porte-parole doit bien représenter ou traduire celle de l'organisation. C'est la responsabilité de certains actants de sanctionner cette traduction. Voyons maintenant l'importance de ces éléments.

7.2 L'IMPORTANCE DE LA REPRÉSENTATION ET DE LA HIÉRARCHIE

Le processus de création de la voix organisationnelle, ou le processus de création de cette revue, a été maintes fois le théâtre de représentations, de traductions. Lors de l'analyse, nous avons vu que plusieurs personnes se sont positionnées ou se sont exprimées au nom d'une autre personne. Dans une organisation aussi vaste que celle que nous avons étudiée, la personne qui détient tous les pouvoirs, c'est-à-dire le propriétaire, ne peut être présent à tous les moments où une décision doit être prise. Il nomme un président qui gère le quotidien de l'organisation. Celui-ci nomme des vice-présidents principaux qui s'entourent eux-mêmes de vice-présidents. L'équipe de ces vice-présidents compte elle-même des directeurs, des gestionnaires intermédiaires puis différents niveaux d'employés. Chacun des 3 800 membres de l'organisation parle donc, à un moment ou un autre, au nom d'un autre, leur permettant ainsi d'agir à distance, parfois à leur insu.

La plupart des exemples recensés dans l'analyse soulignent un besoin de représentativité, de traduction fidèle. On observe que des discussions parfois triviales et banales font intervenir des acteurs physiquement absents, mais dont le rôle semble primordial. Que ce soit Philippe qui tente de représenter le plus fidèlement possible la réalité de l'organisation – il est, en effet, censé parler au nom de tous les employés, puisqu'il « travaille » pour eux (ou, en tout cas, pour l'organisation, ce qui n'est pas nécessairement la même chose) – ou Tom qui parle au nom « des tournées ». Ceci nous ramène aux fondements de l'approche de l'acteur-réseau. Au-delà de la vingtaine de personnes que nous avons suivies, c'est une multitude de personnes, de programmes, de projets, de responsabilités et de « concepts » (au sens publicitaire du terme) qui sont représentés et traduits (ou parfois trahis) par leurs discussions.

Ce qui est particulièrement frappant dans cette analyse est de constater que, bien qu'une personne X puisse parler au nom d'une personne Y, elle n'est pas nécessairement autorisée à sanctionner la traduction qu'elle propose. Que ce soit Mona qui commente un article pour Françoise ou Tom qui écrit l'article sur Maryse, tous deux peuvent « parler au nom de » et se faire porte-parole. Toutefois, aucun des deux n'a l'autorité ou le pouvoir d'approuver la traduction. Ainsi, dans le quotidien, plusieurs personnes porteront la parole d'une autre sans en avoir l'autorisation. Et cela est accepté. À titre d'exemples, François parle au nom du propriétaire de la compagnie lors de la rencontre de planification, Marc-André écrit des citations pour Ted, etc. Toutefois, lorsque vient le temps de publier, donc d'officialiser cette traduction et de la rendre publique, seul un groupe restreint de personnes ont alors l'autorité de sanctionner le produit final.

Ce pouvoir de sanction officiel est attribué. Il n'est pas acquis ou négocié. Enfin, on pourrait bien ici préciser que toute attribution de pouvoir sous-tend que la personne nommée à un poste ait préalablement fait la démonstration de ses aptitudes et qu'une certaine négociation ait eu lieu. Toutefois, ceci n'est qu'un jeu de coulisses. En organisation, le fait d'être nommé à un poste – donc le titre d'une personne – peut attribuer du pouvoir, du moins celui de sanctionner un article et, par le fait même, la traduction de la voix qui a été faite. La personne qui sanctionnera une traduction sera celle qui juge avoir assez d'autorité pour ne pas avoir à le présenter à son supérieur.

La voix organisationnelle de cette entreprise est construite à partir de la voix de plusieurs personnes. C'est toutefois un groupe restreint et défini qui approuvera trois grandes traductions que nous avons mises en lumière. Les voici.

7.3 LES TROIS GRANDES TRADUCTIONS

Cette recherche aura permis d'identifier trois grandes traductions qui constituent, selon moi, le processus de création de cette revue : la traduction éditoriale, rédactionnelle et graphique.

7.3.1 LA TRADUCTION ÉDITORIALE

Nous avons vu que l'équipe de la Planification et des communications internes traduit la réalité de l'organisation, du moins la réalité telle qu'ils la perçoivent et veulent la voir perçue, en sujets à couvrir. Ensemble, ils détermineront également l'angle éditorial pour chacun des articles. Nous avons vu que fréquemment, une nouvelle sera traitée ou mise en contexte en fonction d'un événement ou d'une annonce.

Le rôle de cette équipe est triple : ils sont les personnes traduites, puisqu'ils font partie de l'organisation qu'ils tentent de représenter, ils sont les traducteurs, puisque ce rôle fait partie de leurs responsabilités, puis ils sanctionnent (en partie, du moins) cette traduction. Leur pouvoir de sanction vient d'abord du fait qu'ils sont mandatés par la haute direction, donc par l'organisation, pour porter la voix de celle-ci. Il vient également du fait qu'ils décident ensemble des sujets à traiter.

De cette première traduction résultera une ligne éditoriale, soit un devis contenant la liste des sujets à couvrir. Il s'agit des thèmes ou des sujets qui seront abordés dans la revue, donc ceux qui seront tenus par la voix organisationnelle.

7.3.2 LA TRADUCTION RÉDACTIONNELLE

C'est lors du processus de rédaction que la seconde grande traduction survient. Les choix éditoriaux effectués par les journalistes et la façon dont la voix de différents intervenants est traduite créent cette traduction. Les journalistes rencontrent effectivement les personnes concernées par les sujets sélectionnés et obtiennent d'eux des informations. Ces données sont

ensuite traitées et traduites en un texte destiné à la revue. Dans certains cas, il peut arriver qu'un texte soit écrit – il y a donc une traduction – sans que les personnes concernées n'aient fourni de l'information au journaliste. La traduction devra, dans tous les cas, être sanctionnée par une personne compétente et reconnue.

La sanction de cette traduction revient également aux personnes concernées. Si celles-ci se reconnaissent dans la traduction qui a été faite de leurs propos, elles approuveront la diffusion du texte. Dans certains cas, c'est une personne possédant plus d'autorité (souvent plus « haut » dans la hiérarchie) qui sanctionnera le texte.

Une fois tous les textes approuvés, on obtient le contenu rédactionnel, soit l'ensemble des articles. Il s'agit de la façon dont le message, ou la ligne éditoriale, sera transmis par la voix organisationnelle.

7.3.3 LA TRADUCTION GRAPHIQUE

C'est finalement l'équipe graphique, aidée par le rédacteur en chef, qui traduira le texte en une maquette graphique. Bien plus qu'une simple mise en page esthétique, il s'agit d'une traduction importante qui permet notamment de ponctuer la voix et d'ajouter des informations. Nous nous souviendrons qu'un logo peut représenter l'ensemble d'un concept. Une mauvaise traduction graphique peut également modifier la voix et entraîner une trahison (prenons l'exemple de l'article sur Ted où la mise en page suggérait plutôt qu'il s'agissait d'un article sur le programme « Tapis rouge »). Les éléments visuels font donc partie prenante de la voix organisationnelle, principalement dans le cas où le texte ne peut remplir son mandat (par exemple l'article sur la fabrication des costumes).

On remarque également que certains visuels et logos sont utilisés régulièrement. Ils agissent à titre d'actants. D'autres visuels représentent quant à eux un apport plus esthétique qui peuvent agrémenter un article. Ceux-ci ont tendance à changer fréquemment, et ce, afin d'assurer une certaine « événementialité » au visuel.

C'est le rédacteur en chef de la revue qui approuvera cette traduction. Est-ce que la traduction graphique représente bien le discours qui devait être tenu? Est-ce que la voix organisationnelle se reconnaît dans cette mise en page graphique? Cette sanction par l'équipe

de la revue, qui a suivi tout le processus, est la dernière avant l'impression et la distribution de la revue. La voix organisationnelle peut alors se faire entendre, ou plutôt se faire lire.

SYNTHÈSE

Réalité* de l'organisation	<p>* Telle que perçue par l'équipe des communications internes (CI).</p> <p>Le rôle de cette équipe est sanctionné par la direction qui lui attribue cette responsabilité.</p>
TRADUCTION	<p>L'équipe des CI traduit la réalité qu'elle perçoit en une liste de sujets à couvrir.</p>
Sanction	<p>Les CI ont un triple rôle : Ils sont les personnes traduites, ils traduisent et ils approuvent (en partie) la traduction.</p> <p>Chaque segment de la traduction (chaque article) est également approuvé par les personnes concernées.</p>
Ligne éditoriale (devis contenant la liste des sujets à couvrir)	<p>Ce document constitue la base de la voix organisationnelle. Ce sont les sujets que la voix de l'entreprise abordera.</p>
TRADUCTION	<p>Cette traduction se définit par les choix éditoriaux qui seront faits. De quelle façon allons-nous traiter de ce sujet?</p> <p>En considérant les informations reçues et disponibles, une sélection est faite et chaque auteur traduit la voix de certains groupes ou individus en un texte destiné à la revue.</p>
Sanction	<p>Si les personnes concernées se reconnaissent dans la traduction et qu'il n'y a pas trahison, le texte est sanctionné.</p> <p>Notons que les personnes qui sanctionnent la traduction ne sont pas nécessairement les personnes concernées mais qu'il peut s'agir d'un supérieur.</p>
Contenu rédactionnel (Ensemble des articles)	<p>L'ensemble des articles représente la façon dont le message (ligne éditoriale) sera transmis.</p>
TRADUCTION	<p>Les textes sont transmis à l'équipe graphique qui traduit visuellement le contenu.</p> <p>La mise en page devient la ponctuation de la voix organisationnelle.</p> <p>Les éléments visuels complètent, ajoutent et bonifient le contenu.</p>
Sanction	<p>S'il n'y a pas eu trahison dans la traduction graphique, la maquette (mise en page) est approuvée par l'équipe CI.</p>
Revue	<p>La revue, donc la voix de l'organisation, est distribuée à tous les employés.</p>

7.4 APPORT DE CETTE RECHERCHE

Tel qu'il a été mentionné précédemment, j'ose espérer que cette étude aura permis de souligner que les visions dites « modernes » et « post-modernes » de la voix organisationnelle ne sont pas contradictoires. C'est en combinant ces deux approches que j'ai pu mettre en lumière le processus de création de la voix organisationnelle officielle, un domaine peu étudié dans la littérature scientifique.

Étant moi-même un praticien de la communication organisationnelle, cette étude m'aura permis de prendre du recul et de voir mon travail sous un angle tout à fait différent et en termes plus conceptuels. Il a été intéressant de constater principalement l'importance de la représentativité en organisation, et ce, bien au-delà de mon champ de travail. À titre d'exemple, plusieurs personnes prétendent parler au nom d'une autre, dont le propriétaire de la compagnie. Mais qu'en est-il vraiment? Qui parle vraiment au nom d'un autre et qui, au contraire, utilise le nom d'un autre pour arriver à ses fins? Dans le cas de la revue étudiée, les sanctions étaient plus facilement identifiables puisque tous les textes, donc toutes les traductions, étaient approuvés par une personne compétente et reconnue. Or, dans le quotidien des organisations, toute représentativité n'est pas nécessairement sanctionnée de façon aussi claire et formelle.

L'élément le plus frappant pour moi fut donc le pouvoir de sanction lié à la hiérarchie. Effectivement, certaines personnes sont autorisées à sanctionner des représentations (ou des traductions) alors que d'autres ne le sont pas. Ceci est régulé par un équilibre précaire et difficile à conceptualiser. Dans les exemples illustrés, certains vice-présidents se refusent à prendre la parole ou à sanctionner un sujet alors que, dans d'autres cas, un cadre de premier niveau ou même un professionnel (donc sans autorité reconnue, à l'exception de son expertise sur un sujet précis) approuvera un texte.

7.5 LES LIMITES DE CETTE RECHERCHE

Il est important de souligner qu'il serait prétentieux d'affirmer que cette analyse est totalement objective. Faisant moi-même partie du groupe observé, un certain biais s'est, par définition, glissé dans mon interprétation des faits. De plus, connaissant très bien l'ensemble des

gens impliqués dans ce processus, et ayant vécu d'autres expériences professionnelles avec eux, le risque d'interpréter certains événements en fonction d'expériences passées était présent. Pour pallier ce problème, je me suis donc efforcé de m'en tenir le plus possible aux données, notes et retranscriptions qui avaient été recueillies, en tentant de faire abstraction de mon expérience professionnelle et personnelle.

Cette analyse représente également un cas unique. Certains pourraient donc questionner la reproductibilité des résultats. Plusieurs chercheurs diront au contraire que la force d'une telle recherche repose dans sa représentativité. Ayant chapeauté plusieurs publications organisationnelles, tant pour cette entreprise que pour d'autres, je peux assurer que le processus qui a été observé reflète, à plusieurs niveaux, le processus de création d'une revue interne. Il m'est donc permis de croire que, bien qu'il serait intéressant de confirmer mes analyses par d'autres recherches similaires, celles-ci aboutiraient fort probablement à des résultats semblables.

7.6 CONCLUSION

Ce qui m'a poussé à faire cette recherche est avant tout un désir d'expliquer comment se construit la voix organisationnelle. Bien peu d'études s'étaient penchées sur ce sujet en mélangeant une vision moderne de la voix organisationnelle et une méthodologie propre à une vision davantage post-moderne. La plupart des études s'intéressent effectivement à une vision uniquement post-moderne : la multitude des voix qui constituent une organisation. Or, la voix unique, institutionnalisée et officialisée demeure encore présente dans la majorité des organisations. Quelle compagnie n'a pas de porte-parole, que ce soit à l'interne ou à l'externe? Quelle organisation n'a pas de voix officielle?

Ceci étant dit, nous avons fait appel aux deux visions de la voix et, humblement, je crois que c'est cet aspect qui fait la force de cette recherche. Comment les multiples voix qui forment une organisation peuvent-elles construire ensemble la voix officielle de l'organisation? Voilà la question à laquelle j'ai tenté de répondre.

Empruntant des notions à la théorie de l'acteur-réseau, nous avons évidemment mis en évidence de multiples exemples de traduction et de représentation. Cette approche colle à

merveille au monde « organisé » des entreprises, qu'elles soient petites ou internationales. Nous avons également mis l'accent sur le concept de la « sanction », ou d' « approbation ». Qui dans l'organisation possède l'autorité d'approuver une traduction? À ma surprise, je dois l'avouer, nous avons remarqué que cette personne n'est pas nécessairement la personne traduite.

Une question demeure toutefois. L'équipe de la Planification et des communications internes travaille pour l'ensemble des employés de la compagnie. Les 3 800 employés sont en quelque sorte les clients de cette équipe. Leur objectif est de représenter le plus fidèlement possible la réalité de l'organisation. Ne serait-il pas intéressant alors d'analyser la justesse de la traduction qui a été effectuée? Est-ce que les employés reconnaissent l'organisation pour laquelle ils travaillent dans cette revue? La question qu'il faudrait se poser est alors la suivante : « La traduction que les employés font de leur organisation est-elle similaire ou compatible avec celle de l'équipe de la Planification et des communications internes? »

BIBLIOGRAPHIE

- Barnett, Georges A. 1988. «Communication and Organizational Culture». In Handbook of organizational communication, p.101-130. USA: Ablex Publishing Corporation.
- Boje, D. M. (1995). Stories of the Storytelling Organization: A Postmodern Analysis of Disney as "Tamara-Land". Academy of Management Journal, 38(4), 997-1035.
- Bonneville, Luc, Françoise Grosjean et Martine Lagacé (2007) Introduction aux methodes de recherche en communication. Les Éditions de la Chenelière.
- Bowen, Frances and Kate Blackmon (2003), Spiral of Silence : The Dynamic Effects of Diversity on Organizational Voice, Journal of Management Studies. Vol. 40. Issue 6, pp.1393-1417.
- Callon, M. (1986). SME Elements of a Sociology of Translation: The domestication of the scallops and the fishermen of St-Brieuc Baie, J. Law Eds., Power Action and Belief. London: Routledge & Kegan Paul.
- Callon, M. et Latour, B. (1981). Unscrewing the big Leviathan: How actors macro-structure reality and how sociologists help them to do so. In A. V. Cicourel & K. Knorr-Cetina (Eds.), *Advances in social theory and methodology: Towards an integration of micro- and macro-sociologies* (pp. 277-303). Boston: Routledge & Kegan Paul.
- Cheney George et Chrisensen Lars Thoger (2001), Organizational Identity, dans The New Handbook of Organizational Communication, edited by Jablin, Frederic M. et Putman, Linda L. SAGE Publications.
- Cheney, G. (1991). Rhetoric in an organizational society: Managing multiple identities. Columbia: University of South Carolina Press.
- Cooren, François, (2001). Translation and Articulation in the Organization of Coalitions: The Great Whale River Case. Communication Theory, May 2001, pp. 178-200
- Cooren, François (2006). The Organizational World as a Plenum of Agencies (Chapter Five) in Communication as organizing : Empirical and Theoretical Explorations in the Dynamic of Text and Conversation. Lawrence Erlbaum Associates Inc.
- Cooren, François, Taylor, James R. et Elizabeth J. Van Every (2005). Communication as organizing: Empirical and Theoretical Explorations in the Dynamic of Text and Conversation. Lawrence Erlbaum Associates Inc., p. 38.
- Deetz, S. A. (1992). Democracy in an age of corporate colonization: Developments in communication and politics of everyday life. Albany: State University of New York Press.
- Deetz, S. A. (2001). Conceptual foundations. In F. M. Jablin, & L. L. Putnam (Eds.), The new handbook of organizational communication: Advances in theory, research, and methods (pp. 3-46). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Deslauriers, 1991, cité dans Bonneville, Luc, Françoise Grosjean et Martine Lagacé (2006). Introduction aux methodes de recherche en communication. Les Éditions de la Chenelière inc.
- Ehrlich, Clifford J. (1994). Creating an Employer-Employee Relationship for the Future. Human Resource Management 33:3 (Fall). 491 pages.

- Ey, Craig (1995). Message is clear: Email use skyrocketing. *The Business Journal* 16:5 (Dec. 1995), page 25.
- Flick, U. (1999). *An Introduction to Qualitative Research*, SAGE Publications, p.445
- Gerstner, John (1994). Good communication, bad morale. *Communication World* 11:3 (March 1994) p. 18.
- Herring, S. C., Scheidt, L. A., Bonus S. et Wright, E. (2004). Bridging the gap: A genre analysis of Weblogs. *Proceeding of the 37th Hawaii International Conference on System Sciences*. Los Alamitos: IEEE Computer Society Press.
- Howard, Carole M. (1996). Face-to-Face Communications: Have we missed the mark? *Communication World*, 12:3 (Mars), page 12
- Hudson, J. R. et Hudson, P. A., (2005). Associations and their Journals: The Search for an «official» voice. *Sociological Perspectives*, Vol. 48, Issue 2, Pp. 271-289
- Keen, Andrew (2006). *The Cult of the Amateur: How today's Internet is killing our culture*, Doubleday. London: Nicholas Brealey Publishing.
- Keller, Tom et Miller, Barbara M. (2006). Organizational blogs and the human voice: Relational strategies and relational outcomes. *Journal of Computer-Mediated Communications*, 11(2), article 1. p. 2
- Latour, Bruno (2006). *Changer la société – Refaire de la sociologie*. Éditions La Découverte, Paris.
- Latour, Bruno et Hermant, Émilie (1998). *Paris ville invisible*. Éditions La Découverte. 159 pages.
- Laramée, Alain (2000). *La communication dans les organisations; une introduction théorique et pragmatique*. Université du Québec – Télé-université. Sainte-Foy. 266 pages.
- Law, J. (1986a). *On Power and Its Tactics: A View from the Sociology of Sciences*, *The Sociological Reviews*, 34/1, p. 1-38
- Law, J. (1986b). *Power, Action and Beliefs. A New Sociology of Knowledge*, *Sociological Review Monograph*, J. Law (ed.), Londres, Routledge.
- Lawrence, Harriet V. et Wiswell, Albert I (1995). *Feedback is a two-way street*. *Training & Development* 49:7 (Juillet 1997) p. 49
- Lindo, David (1995). *Have you checked out your public relations lately?* *Supervision* (November 1995, vol. 56, numéro 11). P. 14
- Morrison, E. W. and Milliken, E J. (2000). *Organizational silence: a barrier to change and development in a pluralistic world*. *Academy of Management Review*, 25, 4, 706-25.
- Putnam, L. K, Phillips, N., & Chapman, P. (1996). *Metaphors for communication and organization*. In S. Clegg, C. Hardy & W. Nord (Eds.), *Handbook of organizational studies* (pp. 389). London: Sage Ltd.
- Putnam, L. L., Poole M. S. (1987). "Conflict and Negotiation" in *Handbook of Organizational Communication: An Interdisciplinary Perspective*. Jablin F. M. Putnam L. L., Roberts K. H., Porter L. W., Sage Publications, USA.

Putnam, L. L. (2001). Shifting Voices, Oppositional Discourse, and New Visions for Communication Studies. *Journal of Communication*, 51, 38-51.

Ragan Research (2007). *The Social Media Revolution: A 2007 Report on Trends and Best Practices for Organizational Communications*. Ragan Research, a Division of Lawrence Communications.

Searle, J. (1995). *The Construction of Social Reality*. London: Allen Lane, The Penguin Press.

Spradley, J. P. (1979). *The Ethnographic Interview*, New York, Holt, Rinehart and Wiston, 247 pages.

Taylor, James R. & Robichaud D. Management as Metaconversation : The Search for Closure, p. 5, dans Cooren, F. (2007). *Interacting and Organizing Abakyses of a Management Meeting*. Routledge.

Taylor, James R. & Cooren François, (1997) What makes communication 'organizational'? - How the many voices of a collectivity become the one voice of an organization. *Journal of Pragmatics*, Volume 27, Number 4, April 1997 , pp. 409-438(30)

Waltman, J. L. & Golen S. P. (1989) Effective Managerial Communication Through Employee Newsletters, *Journal of Business and Technical Communications*, Vol. 3 No. 1, 100-107

ANNEXE A - TERMES ET CONCEPTS PROPRES À CETTE ÉTUDE

CHARADE	Programme de reconnaissance de l'expression artistique des employés.
Concours Innovation	Concours destiné aux employés soulignant l'innovation dans les différents aspects de l'organisation.
[Compagnie] du monde	Fondation soutenant des jeunes à risque grâce aux arts du cirque.
La goutte	Fondation visant l'accès à tous à l'eau potable.
Sur le divan	Activité organisée par l'équipe des Communications internes afin de présenter les principaux concepteurs de nos spectacles en développement aux employés du siège social international.
Tapis bleu	Rencontre organisée par l'équipe de la Planification pour les gestionnaires de l'entreprise.
Zaragoza	Défilé organisé par l'entreprise pour un événement mondial.

ANNEXE B – TRANSCRIPTION DES DONNÉES

Convocation à la rencontre de planification

-----Message d'origine-----

De : Bob

Envoyé : Vendredi 11 janvier 2008, 10 h 27

À : _Mtl.Comm.Internes

Objet : Planification du [Revue] d'avril 2008

Pièce jointe : Planification avril 2008

Quel bonheur!

Un nouveau [Revue]. Et en prime, je filmerai (avec votre accord) cette rencontre pour mon projet de mémoire. Je vous expliquerai le tout d'ici là.

Philippe

-----Original Message-----

From: Sonia

Sent: Le mardi 22 janvier 2008, 10 h 13

To: Diane

Subject: RE: [Autre sujet]

Bonjour Diane,

[Autre sujet]

Par rapport à l'article pour le [Revue] d'avril, as-tu eu la chance de réfléchir davantage aux artistes qui pourraient être inclus ? Je serai à l'extérieur la semaine prochaine, en sommet à Las Vegas, mais dans la première semaine de février on pourrait commencer les démarches pour les entrevues avec les artistes. On s'en reparle.

Merci et à bientôt !

Sonia

-----Original Message-----

From: Diane

Sent: Le jeudi 31 janvier 2008, 15 h 27

To: Sonia

Subject: Article *La croisée des chemins* dans le [Revue]

Bonjour Sonia,

J'espère que tu as fait un bon voyage à Las Vegas. Pas mal les spectacles là-bas hein ? Pour ce qui est de l'article dans le [Revue], déjà 5 personnes ont répondues positivement à ma demande. En effet, j'en avais contacté plusieurs suite à ton idée de faire de courts paragraphes sur différents artistes qui ont bénéficié des services de *La croisée des chemins*. Il reste 2 personnes dont j'attends encore la réponse. Voici quand même les noms de ceux qui m'ont répondu :

1. [Nom 01, courriel et description]
2. [Nom 02, courriel et description]

3. [Nom 03, courriel et description]
4. [Nom 04, courriel et description]
5. [Nom 05, courriel et description]

Tu peux donc leur envoyer un courriel pour établir un moment pour une interview. Parmi les 2 qui manquent il y a un gars anglophone, Rob, qui après avoir quitté Spectacle 08 s'est inscrit dans une école d'ébénisterie à Montréal.

On s'en reparle.
Diane

Rencontre de planification

Le jeudi 7 février 2008, de 14 à 15 h

Toute l'équipe de la Planification et des communications internes

- | | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Philippe | Je vous passe une grille de sujets possibles... (2,0) Avant de commencer à partir |
| 2 | | de la liste de sujet que je viens de vous remettre, est-ce que certains d'entre |
| 3 | | vous ont des sujets qu'ils aimeraient qu'on couvre dans l'édition d'avril? |
| 4 | | (Marie-Eve lève la main) |
| 5 | | Marie-Eve? |
| 6 | Marie-Eve | Les résultats du sondage sur les communications internes. |
| 7 | François | Ah oui. Très pertinent. |
| 8 | Marie-Eve | Et oui, comme toujours |
| 9 | Philippe | Marie-Eve, tu penses que l'article ressemblerait à quoi, décris nous un peu ton |
| 10 | | processus? (Tous rient) (1,5) |
| 11 | Marie-Eve | Qu'est-ce que cet article de 400 mots maximum |
| 12 | François | Qui sera écrit par Lucie ou... |
| 13 | Marie-Eve | Par Marie-Eve je crois. |
| 14 | Philippe | Donc les grandes lignes du sondage, des résultats? |
| 15 | Marie-Eve | Exactement. Les grandes lignes, les conclusions. |
| 16 | Philippe | D'autres sujets? (1,0) |
| 17 | | (Sonia lève la main) (0,5) |
| 18 | | Oui Sonia? |
| 19 | Sonia | Moi j'aimerais faire un article sur <i>La croisée des chemins</i> , comme nous devons |
| 20 | | le faire le mois passer. C'est une présentation des services offerts par le |
| 21 | | programme. Nous profiterons du lancement de leur site Web, accessible en tout |
| 22 | | temps de partout, par tout le monde. Pour rendre le tout un peu plus... (0,5) |
| 23 | | humains, nous allons aussi avoir des petits profils d'artistes. L'un d'eux est un |
| 24 | | artiste devenu coach et puis d'autres personnes qui prennent des cours, heu... |
| 25 | | leurs démarches... |
| 26 | Myriam | Il y a Sarah R. aussi, ce serait l'fun. |
| 27 | Sonia | J'ai pensé à elle mais je ne sais pas si elle avait utilisé les services de <i>La croisée</i> |
| 28 | | <i>des chemins</i> . |
| 29 | Myriam | Même si elle ne l'est a pas utilisé, ce serait bien de dire que... (02,) Qu'est-ce |
| 30 | | qu'elle pense du programme. |
| 31 | Sonia | Je pense que je vais l'appeler. |
| 32 | François | ...Ou simplement, ça peut illustrer qu'on peut progresser dans l'entreprise, donc |
| 33 | | heu... le potentiel. |
| 34 | Myriam | Il y avait une fille aussi à la paye. Heu... Karine je crois. Je ne sais pas si elle est |
| 35 | | encore là. Elle, elle était sur <i>Spectacle 09</i> puis elle est venue à la paye. Heu... il |
| 36 | | y a une possibilité là je crois. |
| 37 | Sonia | J'ai reçu plusieurs noms de l'équipe de <i>La croisée des chemins</i> , mais si vous |
| 38 | | avez d'autres exemples, faites moi signe. |
| 39 | Philippe | Ton article et les profils, on parle d'environ deux pages? |
| 40 | Sonia | (0,5) Oui, heu... d'après moi deux c'est bon. |

- 41 (1,0)
 42 **Jean-Pierre** Si on se fait un calendrier des activités au moment de sortir, heu... à quoi ça
 43 ressemble? (0,5) Au moment de la publication, qu'est-ce qu'on va être en train
 44 de faire? On va... (2,5)
 45 **Marie-Eve** On va annoncer les gagnants de la Concours Innovation.
 46 (1,5)
 47 **Philippe** On est à un an du lancement de *[Compagnie] 2009*. Est-ce qu'on veut en parler?
 48 (0,5)
 49 **François** Y'a trois autres shows avant... (1,0)
 50 **Jean-Pierre** C'est trois shows-là (0,5), est-ce qu'on les couvre aussi?
 51 **Marie-Eve** On a l'histoire de la magie, dans la liste.
 52 **Jean-Pierre** Y'a donc un lien avec *Production 03*.
 53 (1,0)
 54 **Marie-Eve** Jean-Pierre, si je comprends bien (0,2), toi tu voudrais un lien avec...
 55 **Jean-Pierre** ... C'est parce que là...
 56 **Myriam** ... Attend un peu. (0,2) Dans ta liste, y'a l'histoire de la magie. Est-ce qu'on
 57 pourrait faire un encadré pour « Sur le divan ». Là, cette activité-là est prévue en
 58 février. On aurait peut-être le temps de faire juste un petit encadré.
 59 (0,5)
 60 **Philippe** Et ce « Sur le divan » portera sur...?
 61 **Marc-André** Sur *Production 03*. Et possible, et là c'est vraiment « Si », ça se peut que
 62 [Magicien américain] soit présent...
 63 **Tous** (Soupir de stupéfaction sarcastique)
 64 **Myriam** Chut... Moi je n'ai rien dit!
 65 **Tous** (Tous parlent en même temps) (3,0)
 66 **Marc-André** ...On parle de « Sur le divan ». Moi je le partage avec vous, mais il ne faut pas
 67 que ça sorte parce qu'il se peut que ça ne lui tente pas.
 68 **Myriam** Ça se peut que ça marche pas. Mais si ça marche, ça serait vraiment cool de
 69 mettre un encadré avec sa présence à « Sur le divan » dans l'article sur l'histoire
 70 de la magie.
 71 **Jean-Pierre** Excellente idée.
 72 **Philippe** Est-ce qu'il va y avoir du nouveau matériel ou ils vont encore dire les mêmes
 73 choses?
 74 **Tous** (Tous parlent en même temps) (2,5)
 75 **Marie-Eve** Oui, oui. Tu fais bien.
 76 **Jean-Pierre** Donc, à ce moment-là, on a deux autres shows?
 77 **Marc-André** Mais on les a couverts.
 78 **Philippe** En janvier, on a couvert les trois. (0,5) On a présenté les trois metteurs en scène
 79 qui nous parlaient de leur spectacle. Puis en février on a fait un spécial enfance.
 80 Avril est le numéro trois. Si on revient sur les spectacles, il faut avoir quelque
 81 chose de plus à dire que janvier. Puis en ce moment, je ne crois pas que ce soit
 82 le cas.
 83 **Marc-André** Je ne crois pas non plus.
 84 **Myriam** Y'a juste *Production 03*. Puis *Production 01*, ça va être plus tard.
 85 **Jean-Pierre** Ok
 86 (1,0)
 87 **Marie-Eve** M. Archambault?
 88 **Philippe** Mme Gaul?
 89 **Marie-Eve** Pardon, c'est que dans le dernier numéro du [Revue], nous avons une
 90 thématique. Si je comprends bien...
 91 **Philippe** ...Non...
 92 **Marie-Eve** ...on ne fait plus de thématique
 93 **Philippe** Pas pour l'instant. On l'a testé une fois. (0,5) On va attendre de voir les résultats
 94 et on va peut-être revenir à cette formule-là. Mais si vous avez d'autres idées de
 95 thématiques, dites-le moi.
 96 **Marc-André** La seule chose, juste pour ajouter...

97 (Tom entre dans la pièce et chuchote quelque chose à Philippe)
 98 **François** ... Ça fonctionne également parce que dans la programmation « Ouverture sur
 99 l'Asie », il va peut-être falloir prévoir un premier article...
 100 **Marc-André** ...Pour la fin février ? C'est la date de tombée du [Revue], le 28 février.
 101 (0,5)
 102 (François regarde Marc-André avec un sourire)
 103 Alors tu me regardes ! (0,5) Bon, François fais tu file dumping. (1,0) Mais oui, il
 104 faudrait regarder, honnêtement, on se rencontre lundi...
 105 **François** L'autre publication sera publiée quand ?
 106 (Tom quitte la salle)
 107 **Marc-André** Non, mais rencontrons-nous lundi, on verra où on en est. Regardons si y'a des
 108 choses qu'on peut sortir. (0,5) Oui, je suis d'accord. Ça couvrirait le volet Tokyo
 109 et Macao.
 110 **Philippe** Parce que début avril et fin mai, ça coïncide aussi avec le lancement du nouveau
 111 newsletter pour l'Asie.
 112 (2,5)
 113 Ça pourrait être intéressant de les attacher.
 114 **Marc-André** Sauf que si on en parle, il faut vraiment...
 115 **François** ...Non mais ouverture Asie sur la culture en général !
 116 **Marc-André** J'ai une autre suggestion (0,5) pour Tokyo du moins. On pourrait peut-être
 117 vérifier, comme Macao, la stratégie de marketing qu'ils mettent en place. Je sais
 118 qu'elle est différente. Je pourrais vérifier avec Jean Guibert si y'a pas quelque
 119 chose d'intéressant à faire avec ça, mais je ne suis pas certain.
 120 **Jean-Pierre** Donc quelque chose sur le branding japonais ?
 121 **Marc-André** Oui, c'est ça. Comment ils ont modifiés le branding, même s'ils ne l'ont pas
 122 modifié beaucoup.
 123 **Philippe** Donc on pourrait y aller avec la stratégie de marketing japonaise et
 124 garder l'ouverture sur l'Asie pour le prochain numéro.
 125 **Marc-André** Oui, mais je vais vérifier. Même la stratégie marketing Tokyo, met un point
 126 d'interrogation, je te reviens.
 127 (1,5)
 128 **Jean-Pierre** La goutte ?
 129 **Denise** La goutte, oui !
 130 **Philippe** La goutte c'était en janvier, de mémoire. Février c'était *[Compagnie] du Monde*.
 131 **Myriam** C'est Tom ça. (1,0) Il est entré puis il est sorti. Il a fait un Houdini de lui-même.
 132 (1,0) Ce serait lui qui pourrait nous le dire si y'a quelque chose à mentionner...
 133 **Annie** C'est que le 20 mars, je crois, c'est la...
 134 **Denise** ...En mars c'est la journée de l'eau.
 135 (0,2)
 136 **Philippe** Est-ce qu'il se passe quelque chose ?
 137 **François** Le 22.
 138 **Tous** (Tous parlent en même temps)
 139 (4,5)
 140 **Marie-Eve** Prévois une page.
 141 **Myriam** (Myriam tape sur la table)
 142 Excuser-moi. (0,5) C'est parce qu'on parle du mois de mars et la date de tombée
 143 est à la fin février.
 144 **Marie-Eve** Oui, mais...
 145 **Annie** ...C'est pas tant là-dessus que sur La goutte en général.
 146 **Jean-Pierre** Moi je ne parle pas de couvrir ça, mais le 7 avril, on va être à quelques semaines
 147 de l'événement qui va avoir eu lieu. Donc ce serait intéressant d'avoir quelque
 148 chose là-dessus, pas sur l'événement, mais...
 149 **François** ...La journée.
 150 **Marie-Eve** D'après moi on est mieux de...
 151 **Myriam** ...J'ai reçu une lettre de La goutte hier. Et sur le papier en-tête du ... et avec le
 152 site Web du *[Compagnie]* en bas. Puis la signature électronique de [propriétaire

153 de la compagnie] est vraiment pas belle. (0,5) Enfin bref, on est pas sûr encore
154 de la bonne direction des communications avec les donateurs.
155 **François** C'est bon, garde le comme exemple.
156 **Myriam** Déjà, c'est bon qu'il y ait une communication. (0,5) Ça parle de Michel, ça parle
157 de... (0,5) je l'ai lu en biais...
158 **Philippe** ...Si on revient au [Revue] ?
159 **Jean-Pierre** Oui, est-ce qu'on leur garde une page ?
160 **Philippe** Je vais vérifier avec Tom dès que je le vois tantôt.
161 **Jean-Pierre** Philippe ?
162 **Myriam** ... Je viens de penser que je pourrais faire un lien avec La goutte dans mon
163 article sur Zaragoza. Parce que Zaragoza c'est l'exposition universelle et le
164 thème c'est l'eau. La gestion durable de l'eau. Ils nous ont approché (0,2), pas
165 pour La goutte, mais...
166 **François** ...Mais (0,2) Mais au début c'était un dossier heu... tout à fait indépendant de La
167 goutte (0,5) mais [propriétaire de la compagnie] a fait « Ah, puisqu'on y est, on va
168 mettre du La goutte dedans ».
169 **Myriam** Oui oui, mais attends. On est plus ou moins rendu là. (0,2) J'ai rencontré Julien,
170 qui s'occupe de Zaragoza ce matin. Il a une rencontre au comité de gestion de
171 La goutte... (0,2) là là... (0,2) ce matin ou demain... (0,2) donc c'est pas sûr
172 l'implication de La goutte et comment ils le seront.
173 **François** Mais, il y a un lien !
174 **Myriam** Il y a une façon de faire un lien. (0,2) Juste un tout petit encart.
175 **Marie-Eve** C'est encore mieux que juste de parler de La goutte. C'est bien de l'associer.
176 **Myriam** C'est ça. Déjà, je peux l'associer à mon article sur Zaragoza.
177 **Philippe** Ton article sur Zaragoza, c'est sur l'événement en tant que tel ou plus sur
178 l'équipe des événements ?
179 **Myriam** Ça va parler plus de l'événement en tant que tel.
180 (3,0)
181 **Philippe** Et pourquoi on parle de cet événement-là mais qu'on a jamais parlé des autres
182 événements qu'ils font ?
183 **Myriam** Parce que celui-là est beaucoup plus long que tous les autres événements.
184 Celui-là, c'est à tous les jours pendant trois mois.
185 **Philippe** Est-ce qu'on va en faire un pour les 400 ans de Québec dans ce cas ?
186 **Myriam** Sûrement, mais ce sera pas énorme...
187 **François** Pour le 400^e, il y a un [Compagnie] du Monde... (0,5) Donc, [Compagnie] du
188 Monde prépare un petit... (0,5) les instructeurs préparent un petit spectacle pour
189 le mois de mai.
190 **Myriam** Pour le mois de mai ? Parce que le spectacle des Événements est prévu le 19
191 octobre au Colisée Pepsi de Québec.
192 **François** Oui, mais y'a quelque chose dans le cadre du 400^e, avec [Compagnie] du
193 Monde, au mois de mai. Là faut voir, il faut aller à la pêche.
194 **Sonia** Dans le cadre de ma participation au comité Citoyenneté... j'ai peut-être de
195 l'information là-dessus mais je ne crois pas que c'est pertinent.
196 **Tous** (Tous parlent en même temps)
197 (3,0)
198 **Philippe** S'il-vous-plaît !
199 **Sonia** Dans le cadre d'une activité 400^e et [Compagnie] du Monde, il va y avoir une
200 espèce de foire de jeunes. Suzie voudrait faire une activité ici dans le mois de
201 mai.
202 **Philippe** C'est le même événement dont François parlait ?
203 **François** Non, non. (0,2) Moi je parlais juste dans le cadre du 400^e. Moi je ne savais pas
204 qu'on planifiais quelque chose ici.
205 **Sonia** Ce n'est pas confirmé et ça n'a pas rapport...
206 **Myriam** Ok, pour Zaragoza, je reviens avec ça parce que tu me disais qu'on avait pas
207 vraiment présenté l'équipe. Veux-tu vraiment les présenter ?
208 **Philippe** C'est qu'il y a eu beaucoup de changements dans leur équipe.

209 **Myriam** C'est assez compliqué parce qu'ils sont une équipe mais il vient tout le temps se
210 brocher des personnes externes.
211 **Marie-Eve** C'est des cellules...
212 **Myriam** Là y'a Julien qui travaille là-dessus mais t'as d'autres gens qui sont de l'externe.
213 **Philippe** À chaque fois qu'on parle des Événements dans nos médias, c'est tout le temps
214 l'organisation puis on a jamais traité du processus de création ou le mode de
215 fonctionnement. (0,5) Sans faire un article juste sur ça, si on est capable, ça
216 serait intéressant de parler de l'événement et du résultat, mais aussi du
217 processus de création.
218 (0,5)
219 **Myriam** Je lui ai demandé comment on est venu à s'impliquer dans ça. Pis j'ai le
220 comment c'est venu à lui en particulier et comment son équipe s'est construite.
221 (0,2) Mais je n'ai pas la structure en tant que tel.
222 (1,0)
223 **Jean-Pierre** Quand on *check* ça là (0,3), je pense au *roll-out* de la Planification, dans lequel
224 on a insisté sur le fait que, puisqu'on a trois shows, les événements aussi vont
225 avoir une *sodite* d'année. Parce que y'a les trois premières, mais t'as aussi
226 Zaragoza pis le 400^e et plusieurs autres dont les FE. (0,5) On a pas de plan de
227 communication qui roule pour eux-autres ?
228 **François** Non.
229 **Jean-Pierre** De positionnement pour Jean-François et compagnie ?
230 **Myriam** Non, c'est qu'à chaque fois qu'on a voulu le faire, ils nous ont toujours comme...
231 **Philippe** Non, ils disent : « On est en train de changer »
232 **François** Ils sont en restructuration depuis à peu près... deux ans !
233 **Myriam** En fait, ils veulent pas parler de leur structure.
234 **François** ...depuis dix mois. Y'a Jasmine qui est partie et qui est revenue. (0,2) Euh...
235 (0,2) Jean-François qui a été nommé à différents postes. Donc, jamais on a pu
236 l'approcher du point de vue de la structure.
237 **Myriam** De la structure, non, mais du point de vue créatif, oui.
238 **François** Du point de vue créatif, ça pourrait être... heu... stimulant.
239 **Myriam** Oui en effet, il faudrait les positionner parce que là il me disait : « Je ne
240 comprends pas pourquoi on en parle pas dans le [Revue] ». Je lui ai dit : « À
241 chaque fois que je t'en parle, que je te demande des informations sur les
242 Événements... »
243 **Jean-Pierre** Oui, oui, oui. Pis on peut pas ?
244 **Myriam** Ben, on y arrivait pas. C'est toujours un peu... (0,2) c'est toujours du cas par cas.
245 **Jean-Pierre** Pis on a rien d'organiser là-dessus. On est pas en train de vouloir les
246 repositionner dans l'organisation. Donc c'est pas dans le cadre de quelque
247 chose. C'est parce que Zaragoza s'en vient ?
248 **Myriam** Oui.
249 **Jean-Pierre** C'est parce que tu connais bien Julien ?
250 **Myriam** Oui.
251 **Jean-Pierre** C'est parce que tu lui as placoté ?
252 **Myriam** Oui.
253 **Jean-Pierre** C'est parce qu'on a de l'info là-dessus puis qu'on peut donc commencer ?
254 **Myriam** Oui, pis parce que j'ai aussi parlé à Jean-François.
255 **Jean-Pierre** Pis le timing est bon.
256 **Myriam** Oui, tu vois, Jean-François disait toujours « Non, non, non, non, non, non ». Pis
257 j'ai approché Julien pis il a dit oui, pis quand Jean-François m'a vu avec Julien ce
258 matin je croyais qu'il allait me dire « Non, je ne veux pas », mais il a dit « Ah,
259 ben, y'était temps. »
260 **Philippe** On pourrait donc parler de l'événement et de leur processus de création ?
261 Comment c'est venu à eux, c'est quoi le processus et quel sera le résultat. Un
262 peu comme on fait pour les spectacles en développement ?
263 **Myriam** Mais c'est pas...

264 **Philippe** Tout en s'appuyant sur les autres projets pour montrer qu'ils vont être bien
 265 occupé cette année.
 266 **Myriam** C'est pas une initiative du [Compagnie]. On s'est fait approcher par Zaragoza.
 267 **Philippe** Comme tous les événements spéciaux ?
 268 **Myriam** C'est ça. Ben, ou presque tous les événements spéciaux.
 269 **François** Mais on peut quand même parler du processus *at large*.
 270 **Jean-Pierre** Oui.
 271 **Marc-André** Moi je crois que ce serait bien, de faire un parallèle.
 272 **Philippe** Si on est capable, sans parler clairement de « voici comment ils font dans leur
 273 équipe », je pense qu'en expliquant le processus de ce cas-là, on va bien
 274 comprendre la dynamique de leur équipe.
 275 **Myriam** Oui, parce que c'est vraiment du cas par cas.
 276 **François** Plus loin que ça, y'a l'idée de recherche et développement qui est beaucoup
 277 associée à l'équipe des événements. Ils disent « oui, d'accord, mais on a aussi
 278 un mandat de rentabilité. On a pas beaucoup de temps pour faire des
 279 expérimentations. On prend des affaires et on part. »
 280 **Jean-Pierre** Je disais ça aussi, parce que si on touche aux événements, heu... comme ça, on
 281 pourrait avoir un encadré sur le fait qu'ils doivent régler la logistique de trois
 282 lancements en quelques mois seulement. (0,2) Tout le monde comprends qu'on
 283 a trois cellules créatives pour les trois shows, mais on n'a pas trois cellules
 284 créatives pour les galas de première. (0,5) Qu'est-ce qu'on fait avec ça, est-ce
 285 qu'on va avoir l'air pic-pic ?
 286 **Myriam** C'est délicat parce qu'en ce moment, ils ont le mandat d'être très *low-key*.
 287 Comme pour le lancement de Spectacle 14. Bon, finalement, c'était over the top,
 288 mais la commande était d'être low key. Ils doivent faire des miracles avec très
 289 peu... C'est souvent ça qui arrive avec eux : « Ok, on vous donne un petit budget
 290 et vous devez faire quelque chose de petit » Puis finalement : « Ok, vous devez
 291 en mettre plein les yeux au monde, arrangez-vous ! » C'est difficile de décrire ce
 292 type de mandat.
 293 **Jean-Pierre** Effectivement.
 294 **Myriam** Leur mandat, pour les trois premières, c'est « petite affaire qui paraît pas trop ».
 295 C'est la volonté en ce moment.
 296 **Jean-Pierre** Puis éventuellement on va réaliser que c'est la première fois qu'on ouvre un
 297 show là-bas...
 298 **Myriam** Pis là va dire : « C'est quoi cette affaire-là, voyons ? », pis on va devoir sortir les
 299 grosses affaires.
 300 (0,5)
 301 **Marie-Eve** C'est aussi le monde qui fait partie de l'équipe.
 302 **Myriam** C'est branché direct avec [Propriétaire de la compagnie], c'est pour ça que ça
 303 peut bouger rapidement.
 304 (5,0)
 305 (Les gens lisent la feuille que Philippe a distribué au début de la rencontre)
 306 **Jean-Pierre** « Histoire de la magie », qui le prend celui-là ?
 307 **Philippe** L'Histoire de la magie, c'est pour faire comme on avait fait pour l'entrée en Asie.
 308 Donc, expliquer vraiment l'histoire du [Compagnie] en général en Asie, jusqu'à
 309 notre arrivée. Question de mettre en contexte notre arrivée dans ces pays-là. On
 310 voulait faire la même chose avec la magie. D'où ça vient ? Comment nous on
 311 s'intègre là-dedans. C'était une idée de Marc-André.
 312 **Marc-André** Ce que j'avais pensé... oui. Enfin, c'est sûrement pas moi qui va l'écrire,
 313 j'espère. (0,5) Bref, on s'entend que l'histoire de la magie c'est très très gros.
 314 (0,2) On l'avait fait pour l'Asie, comme Philippe l'a dit, et c'est beaucoup
 315 beaucoup de travail parce qu'il y a beaucoup de synthèse à faire. Et je me disais
 316 à ce moment-là peut-être faire une série d'articles. (0,2) Tsé, Part one, part two...
 317 **Myriam** Si t'as besoins d'aide, dis-le moi, je vais faire ta recherche puis on va le faire
 318 ensemble.
 319 **François** Mais, on a toujours cette volonté comme dossier de rédaction externe.

320 **Marc-André** Nous c'est un article qu'on pourra modifier, mais c'est un type d'article qu'on peut
321 envoyer à l'externe.

322 **Philippe** Je vais voir avec Lucie. (1,0) Marie-Eve, lors de la dernière rencontre, on avait
323 parlé du concours de nouvelles littéraires. Est-ce qu'on le reprend ce mois-ci,
324 devrait-on parler du comité de francisation ?

325 **Annie** On va avoir les gagnants seulement dans la semaine du 3 mars...

326 **Marie-Eve** C'est vrai, c'est vrai. C'est un peu loin. Met le pour le prochain numéro.

327 **Philippe** Le prochain, il va être trop tard. On les dévoile quand les gagnants ?

328 **Marie-Eve** Ce sera dans le [Bulletin électronique hebdomadaire] alors. De toute façon, c'est
329 très francophone, ça ne rejoint pas tout le monde.

330 **Myriam** Ça, je te dirais c'est pour le [Bulletin électronique quotidien], même.

331 **Marie-Eve** Non, parce que ça a été lancé partout.

332 **Myriam** C'est vrai.

333 **Marie-Eve** Y'a des gens de partout...

334 **Annie** C'était ouvert aux enfants des écoles et aux allophones. Y'a du monde de partout
335 qui ont participé.

336 **Marie-Eve** Ça va être [Bulletin électronique hebdomadaire] !

337 **Myriam** [Bulletin électronique hebdomadaire].

338 **Jean-Pierre** Ok.

339 **Philippe** « Nouvelle planification des tournées », finalement, l'annonce de Maryse au
340 poste de vice-présidente devrait se faire la semaine prochaine dans le [Bulletin
341 électronique hebdomadaire]. (0,2) Ce qui veut dire que cet article-là on le ferait
342 probablement plus à la quatrième édition, fin mai... parce qu'on voudrait qu'en
343 plus de nous présenter la nouvelle procédure de planification, on voudrait qu'elle
344 nous explique pourquoi Spectacle 08 a pris fin. Donc, c'est une belle façon de la
345 positionner, même si ce n'est pas elle directement qui a pris la décision de tirer la
346 *plug*. J'ai parlé avec Tom et nous en avons parlé un peu avec Karine puis... (1,0)
347 ça s'enlève vers ça.

348 **Myriam** En fait c'est pas pourquoi, c'est pas ça...

349 **Philippe** ...Pas pourquoi, mais l'expliquer dans le fond, le mettre en contexte.

350 **Myriam** Pas juste ça, faire ressortir les points positifs, les choses qu'on a apprises, les
351 choses qu'on a développé grâce à Spectacle 08. Pis les expériences acquises...

352 **Jean-Pierre** Expliquer aussi pourquoi c'est normal que ça arrête un moment donné ce type de
353 tournée.

354 **Myriam** Oui, c'est ça. C'est pas dire « pourquoi on l'arrête », c'est ce qu'on a appris.

355 **Philippe** En fait, Maryse va tracer un peu un bilan, ça va nous permettre de la positionner
356 en tant que vice-présidente, pour expliquer son service.

357 **Jean-Pierre** Mais le timing d'attente, c'est-à-dire de sauter ce numéro-là ne me semble pas
358 judicieux parce que la tournée du président va avoir eu lieu en avril et mai pis...

359 **Philippe** ...Excusez-moi. Mon erreur. J'avais noté 7 avril. C'est donc pour ce numéro-ci
360 qu'on planifiait le faire. (1,5) Je vais le couper au montage...

361 **Myriam** C'est celui-là parce que tu m'avais dis qu'on annonçait sa nomination à la mi-
362 février dans le [Bulletin électronique hebdomadaire] et qu'on revenait début avril
363 dans le [Revue].

364 **Philippe** Je me suis mélangé entre la date de tombée et la date de publication. (1,0) Bon,
365 et pour la « Sécurité des sites de tournée », je me souviens qu'on en avait parlé
366 le mois passé mais je ne me souviens pas c'était de qui ?

367 **Marie-Eve** C'est François ! C'est François.

368 **Marc-André** C'est Tom.

369 **Denise** C'est François.

370 **Marc-André** Non, c'est pas Tom ?

371 **Sonia** C'est Tom.

372 **Marc-André** C'est Tom qui parlait de ça, quand il est allé en tournée, il a vu que la sécurité
373 c'était plus que juste mettre des agents de sécurité sur le site mais qu'ils avaient
374 toute une stratégie en arrière de ça. Je crois qu'ils sont en train de la modifier ou
375 je sais pas trop quoi.

376 **François** Ça entre comme dans un vrai moulin là-dedans.
377 **Sonia** Faudrait qu'il soit là pour présenter... Je trouve que c'est un peu touché de
378 toucher à ça.
379 **François** C'est intéressant, ça parle des opérations.
380 **Marie-Eve** Ça dépend ce qu'on veut dire.
381 **Myriam** Je ne sais pas si on pourrait le mettre en lien avec...
382 **François** Les portillons ?
383 **Myriam** Ben, non. Avec la sécurité des sites, pas juste de la sécurité des gens mais aussi
384 du site. Ne pas pogner de conduite d'eau, heu, des fils électriques. Donc toute la
385 planification entourant ces choses-là, je sais pas.
386 **François** Il devait avoir une idée.
387 **Jean-Pierre** Donc, ça entre dans une idée de parler des choses qu'on fait au [Compagnie]
388 mais qu'on ne connaît pas. C'est ça ? Un espèce de gros « Saviez-vous
389 que... ? »
390 **François** Oui, et des opérations autres que nos shows.
391 **Jean-Pierre** Oui. Tout à fait.
392 **Tous** (Tous parlent en même temps)
393 (5,0)
394 **Myriam** C'est que Tom a déjà un article en tête, si on ajoute ça, il faudrait le mettre à
395 quelqu'un d'autre.
396 **Philippe** Marketing, revoir l'expérience client, c'est-tu aussi tournée ? Ça avait été soulevé
397 le mois passé.
398 **Annie** Ça ne me dit rien.
399 **Myriam** On pourrait voir avec Ted, qui est différent. C'est une expérience Tapis Rouge
400 client. Et on pourrait demander à Marie-Eve de nous parler de tous les drinks
401 qu'elle a testé à Las Vegas.
402 **Marie-Eve** Et sur lesquels elle a donné une opinion... éclairée !
403 **Philippe** Marc-André, crois-tu qu'ils sont prêt à en parler ?
404 **Marc-André** La dernière fois que j'en ai parlé avec Ted ils en étaient encore aux premiers
405 balbutiements. Pour le 28 février, je ne sais pas. Mais pour le prochain,
406 probablement. Je peux vérifier avec Ted, mais.
407 **François** Si on voulait parler de ça, je crois que c'est suite aux sondages et aux études qui
408 ont été faites par le Marketing.
409 **Marc-André** C'est différent, si on dit que suite au sondage, on est arrivée avec un projet
410 comme Tapis Rouge Expérience à Las Vegas, ça peut peut-être cadrer. Mais un
411 article uniquement sur Tapis Rouge Expérience, je ne crois pas.
412 **François** Si on l'avait mis sur le tapis, je crois que c'était la suite du sondage. Le fait qu'on
413 va revoir l'expérience client, plus que...
414 **Marc-André** À ce moment-là, juste un encadré sur Tapis Rouge...
415 **Philippe** On avait parlé du sondage sur le Marketing.
416 **François** Là c'était de voir ce qu'ils vont faire avec ça. Pas directement sur Las Vegas.
417 **Philippe** C'est ce que je crois aussi. On peut peut-être relancer Anne.
418 **François** Pis voir si elle veut parler.
419 **Marc-André** Vérifie avec Anne si elle a quelque chose à dire, pis on verra.
420 **Denise** Bon, Philippe, vas-tu mettre l'horaire de la tournée du président dans le
421 [Revue] ?
422 **Philippe** Dans l'autre, celui d'avant, qu'on est en train de faire.
423 (1,5)
424 Voilà. Est-ce qu'il y a d'autres sujets qu'on doit traiter ?
425 **Marie-Eve** Non.
426 **Marc-André** Donc Marc-André va vérifier pour la stratégie de Marketing Tokyo et voir s'il y a
427 possibilité de parler de l'ouverture sur l'Asie. Sinon, on le gardera pour le mois
428 prochain.
429 **Jean-Pierre** Ok.
430 **Marc-André** Il ne manque pas un portrait?
431 **Philippe** On n'a pas de portrait.

432 **Myriam** Il va y avoir Maryse Murray.
 433 **Philippe** Mais on le prend pas comme un portrait vraiment.
 434 **Marc-André** Ça va être plus des questions. En plus on va bifurquer vers Spectacle 08. Moi je
 435 parlais d'un vrai vrai portrait. Quelqu'un sur les shows.
 436 **Philippe** Est-ce que le portrait pourrait être sur Ted et là il va nous parler un peu de ce qui
 437 s'envient avec l'expérience Tapis Rouge à Las Vegas?
 438 **Myriam** Moi je trouve ça intéressant.
 439 (François et Sonia applaudissent)
 440 **Marc-André** Aaaaaaaaah!
 441 **Philippe** C'est rare qu'on a des portraits de gens qui ne sont pas artistes.
 442 **Jean-Pierre** C'est bon ça!
 443 (3,0)
 444 **Philippe** Surtout qu'il était sur un show avant...
 445 **Marc-André** Lui demander la différence, maintenant qu'il n'est plus le show mais directement
 446 avec les clients.
 447 (2,0)
 448 **Philippe** Au niveau de la citoyenneté, on a La goutte qui va être en lien avec Saragoza qui
 449 est un événement.
 450 **Myriam** Y'a une possibilité de faire ça. Je vais voir si ça peut se faire, parce que ça
 451 dépend de ce qui est décidé après la réunion. Michel Lamoureux était bien
 452 excité.
 453 **Philippe** On a les résultats du sondage des communications internes et *La croisée des*
 454 *chemins* qui sont deux dossiers corporatifs.
 455 **Jean-Pierre** Ok.
 456 **Philippe** On a la nouvelle planification des tournées qui est donc reliée aux tournées.
 457 Magie c'est plus une dossier, un dossier qu'on traite. On a rien sur les shows
 458 fixes.
 459 **Myriam** Ben oui, on a Ted.
 460 **Philippe** Y'a rien d'autre qui se passe à Las Vegas ou à Orlando?
 461 **Myriam** Orlando ça fait un siècle il me semble.
 462 **Philippe** Dans le numéro qu'on travaille en ce moment, il y a un portrait de la coach qui
 463 était une artiste. D'ailleurs, Sonia, quand tu vas faire ton article, on a une artiste
 464 devenue coach.
 465 **Sonia** Qu'est-ce que tu veux dire?
 466 **Philippe** Dans le numéro de février, qui est au graphisme en ce moment, on a une
 467 entrevue avec une artiste qui est devenue coach. Mais on ne parle pas de *La*
 468 *croisée des chemins*. Faudrait pas que ton article ne tourne qu'autour d'une
 469 histoire comme ça, puisqu'on la fait le mois d'avant.
 470 **Marc-André** Oui, mais si elle le met dans le contexte de *La croisée des chemins*, c'est
 471 différent. Nous on lui demande comment elle se sent.
 472 **Sonia** Je vais lire l'article.
 473 **Marc-André** Elle parlait pas beaucoup.
 474 **Myriam** Oui, elle répondait juste oui ou non.
 475 **Philippe** Je lui posais des questions ouvertes et elle répondait « oui », « non », « j'ai
 476 besoins de temps pour y penser » et « je vais demander à mon supérieur ».
 477 **Marc-André** C'est beau qu'on ait pu en faire un article de 400 mots.
 478 (2,0)
 479 **Philippe** Autre chose?
 480 **Jean-Pierre** C'est-tu suffisant?
 481 **Philippe** Heu... c'est limite mais il sera plus court, au pire.
 482 **Sonia** L'autre chose c'est l'idée qui est survenue au Sommet. Dans la discussion, y'en
 483 a qui voulait des Saviez-vous que... le trajet d'un costume jusqu'à l'artiste.
 484 **Marc-André** Eux leur objectif, parce qu'ils ont un objectif bien particulier, c'est que l'artiste soit
 485 conscient de tout ce qu'il y a derrière une paire de chaussure. Pour les
 486 conscientiser qu'une cinquantaine de personne va toucher à ta paire de
 487 chaussure avant qu'elle arrive dans tes pieds.

488 **Marie-Eve** Je ne sais pas si c'est possible!

489 **Marc-André** C'est ça qu'il faut valider. Je ne sais pas si c'est possible.

490 **Myriam** Ce serait intéressant de le faire, non?

491 **Tous** (Tous parlent en même temps)

492 **Marie-Eve** La difficulté avec ça, c'est que justement il ne faut pas démontrer jusqu'à quel point il y a beaucoup de personnes et beaucoup de coûts. Quand on a parlé de la simplification des costumes, ils ne voulaient pas donner de chiffres. Il fallait faire attention aux comparaisons qu'on donnait...

493

494

495

496 **François** Les shows se plaignent que les costumes coûtent chers.

497 **Marie-Eve** Ça vaut très très cher. Mais j'ai l'impression que pour atteindre cet objectif-là de conscientisation, ça ne passera pas par un article dans le [Revue]. Ça passerait peut-être par un autre moyen. Parce que ça se dit verbalement, mais ça passe mal la barrière de l'écrit.

498

499

500

501 **Marc-André** L'autre alternative qu'ils aimeraient, c'est qu'à chaque fois qu'on traite des costumes, qu'on ajoute un « Saviez-vous que...? » qui tourne autour de ces éléments-là. Genre : « Saviez-vous que ce costume a demandé tant d'heure? ».

502

503

504 Mais je suis d'accord que pour l'élément financier...

505 **Marie-Eve** Y'a peut-être un moyen de le faire, de les conscientiser...

506 **Philippe** Est-ce qu'on pourrait le traiter uniquement en photo? Mais pas juste en photos, mais avec des vignettes, de suivre le processus de création. Une page, huit photos.

507

508

509 **Marc-André** J'ai déjà le titre de l'article : Moi mes souliers ont beaucoup voyagés.

510 **Philippe** Ça Marie-Eve est-ce que tu crois que ça cause problème au niveau des Ateliers?

511 **Marie-Eve** Je crois que ça vaut la peine de demander, puis non, ça causera sûrement pas problème. Même qu'ils sont contents quand on les met en valeur.

512

513 **Myriam** Ça serait-tu vraiment quétaine de faire un genre de photoroman? Le dessin de la chaussure, quelqu'un en train de la faire, jusqu'à la chaussure toute neuve, toute belle, dans les pieds de l'artiste. Après trois, quatre shows, montrer qu'elle est abîmée.

514

515

516

517 **François** Faut s'assurer parce qu'il y a beaucoup de travail sur place, par l'équipe là-bas.

518 **Myriam** Y'a moyen de l'intégrer. En photo, je pense que c'est l'un des voir toutes les étapes.

519

520 **Jean-Pierre** Aussi, si on insiste sur les affaires qu'on ne voit pas. Genre, comment avoir telle couleur. Si on montre que ça prend 27 shots pour en arriver à cette teinte-là, ou encore des choses qu'on ne s'attend pas à voir dans un costume. Ça pourrait être intéressant.

521

522

523

524 **Myriam** Montrer les découpes des cuirs, l'assemblage, la couture...

525 **Marie-Eve** Bonne idée. Et ça atteint une partie de l'objectif. On a pas toujours besoins d'avoir un paquet de texte. Ça va bien exprimer ce qu'on veut dire...

526

527 **Marc-André** Je suis d'accord parce que même May avait dit qu'elle ne voulait pas donner de chiffres. Le but n'est pas de leur dire « Ça coûte cher », mais « Y'a beaucoup de gens qui travaillent là-dessus ».

528

529

530 **Myriam** On peut aussi illustrer les perruques. Du dessin jusqu'aux personnes qui entrent chaque cheveux un par un dans le bidule. Ou encore les chapeaux...

531

532 **Marc-André** Faut pas oublier personne dans le processus parce qu'on pourrait froisser quelqu'un.

533

534 **Tous** (Tous parlent en même temps)

535 **Marie-Eve** Commençons par les souliers.

536 **Philippe** Commençons par les souliers puisqu'on a le titre (en regardant Marc-André)!

537 **Myriam** Those shoes were made for working...

538 **Marc-André** C'est bon.

539 **Philippe** Avant qu'on écrive l'article complet, j'ai oublié d'inscrire l'un des articles. C'est Wintuk two. Je les ai rencontré la semaine passé pour le site intranet et ils seraient prêt à donner une entrevue avec l'un des créateurs, pour nous expliquer ce qui se passe avec le show. Nous expliquer qu'ils retournent en production,

540

541

542

543 donc ils refont le show presque au complet, ils appellent ça Wintuk two. C'est
544 pour expliquer aux gens que le show n'est pas en fixation.
545 **Tous** (Tous parlent en même temps)
546 **Philippe** Dire qu'il est encore en création et qu'on va le retravailler. Je pense que c'est
547 aussi une belle occasion de faire un bilan sur l'année passée. Ils recommencent
548 à travailler début mars, mais AnnieB. m'a assurée qu'on pouvait avoir une
549 entrevue pour nos deadlines.
550 **Tous** (Tous parlent en même temps)
551 **Philippe** Je vais tous vous revoir pour savoir qui peut écrire quoi. Merci tout le monde.
552 **François** C'était très bon!

-----Message d'origine-----

De : Philippe

Envoyé : Vendredi 8 février 2008 10 h 38

À : _Mtl.Comm.Internes

Objet : Planification du [Revue] d'avril 2008

Pièce jointe : Planification avril 2008

Bonjour à tous,

Tel que discuté hier, voici la planification pour le [Revue] d'avril 2008. Je vous rappelle que la date de tombée est le jeudi 28 février.

Merci,

Philippe

AVRIL 2008

VOL. 17 #3

Date de tombée : Jeudi 28 février 2008

Publication : Lundi 7 avril 2008

14 pages (pas de calendrier)

Couverture : À déterminer

A	CC	Zaragoza, Espagne – événements spéciaux (Recherche, processus créatif, processus de travail général, autres événements en 2008)	2	600
B	CC	BRÈVE : Zaragoza – Gestion durable de l'eau	-	200
C	<i>Pigiste</i>	Histoire de la magie	2	750
D	PG	BRÈVE : Sur le divan – [Magicien américain]	-	150
E	JP	Nouvelle planification des tournées – Entrevue avec Maryse (nomination) et explications fin de tournée Spectacle 08	1	500
F	<i>Pigiste</i>	Sécurité des sites de tournée – À confirmer	1	400
G	IG	Résultats du sondage des communications internes	1	500
H	VC	À la croisée des chemins – Services offerts, site Web (Diane)	2	750
I	PG	Ouverture sur l'Asie et/ou Stratégie marketing Tokyo	1	500
J		La goutte – À confirmer	1	400
K	PG	Portrait Ted	1	500
L	PA	<i>Wintuk</i> - Entrevue avec l'un des concepteurs	1	500
M	GL	Processus de création d'un costume/soulier (en images)	1	200

Sous-total 5 950 mots

-----Message d'origine-----

De : Philippe

Envoyé : Vendredi 8 février 2008, 14 h 42

À : Lucie

Objet : Contrat de rédaction

Pièce jointe : Contrat

Bonjour Lucie,

Pour la prochaine édition du [Revue], nous aimerions faire un article sur l'histoire de la magie (ou des spectacles de magie), afin de préparer le terrain pour notre nouveau spectacle avec [Magicien américain] au [Hôtel américain].

Tu trouveras ci-joint toutes les informations ainsi qu'un exemple pour te guider.

Est-ce que le contrat t'intéresse et le délai te convient ? Confirme moi le tout dès que possible.

Merci, Philippe

Date de tombée : Jeudi 28 février 2008

Rédacteur pigiste : Lucie

Sujet : Histoire de la magie

Personne(s) contact :

- Philippe, rédacteur en chef

Précisions :

L'an dernier, nous avons publié un article portant sur l'histoire du [Compagnie] (et non pas du [Compagnie] en Chine et au Japon. Nous avons complété avec un paragraphe qui retraçait notre histoire dans ces pays. Voir pièce jointe.

Comme nous lancerons cette année un spectacle portant sur la magie, nous aimerions publié un article qui tracerait les grandes lignes de l'histoire de la magie et/ou des spectacles de magie. Un parallèle avec notre nouvelle création serait également intéressant.

Voici un lien pertinent pour débiter la recherche :

http://www.magiczoom.com/histoire-de-la-magie.htm?sid=&lang_site=fr#cons1

Certains livres portant sur la magie sont également disponible au Centre de documentation du [Compagnie].

Informations techniques :

- | | |
|-------------------------|--|
| - DATE DE TOMBÉE : | Le vendredi 25 janvier 2008 avant 16 h |
| - NOMBRE DE MOTS : | 750 mots (plus ou moins 50) |
| - LANGUE DE RÉDACTION : | Français ou anglais (ou les deux) |
| - HONORAIRES : | 65 \$ par feuillet de 250 mots, donc 195 \$ pour un article de 750 mots (plus ou moins 50), <i>incluant la recherche (entrevue) et les révisions (si nécessaire)</i> |

Il est entendu que le texte sera signé par l'auteur (rédacteur pigiste) avec la mention « Collaboration spéciale ». Le texte devient la propriété intellectuelle du [Compagnie] qui pourra en faire usage à son entière discrétion, et ce, quel que soit le support de la publication.

Le paiement s'effectuera, sauf entente contraire, lors de la remise du texte approuvé, et ce, sur présentation d'une facture.

Philippe

Le vendredi 8 février 2008
10 h 15

Rencontre avec Tom, absent de la rencontre de planification de la veille (environ 5 minutes, informel, au bureau de Tom).

- Confirmation de l'article portant sur la nomination de Maryse Murray au titre de vice-président de la planification des tournées. L'article traitera de son parcours professionnel ainsi que du processus qui a amené à la création de ce service. L'article abordera également la fin de la tournée de Spectacle 08. Il s'agit d'une façon de positionner Maryse et de rectifier le tir sur l'annonce de la fin de tournée de Spectacle 08. Tom informe Philippe qu'il va valider le tout avec Maryse.
- Tom confirme que l'article sur la sécurité des sites de tournée est pertinent et qu'il va faire les démarches pour obtenir une entrevue. Il informe également Philippe que l'équipe de Michel a implanté un code de couleur pour déterminer les degrés de danger sur les tournées.
- La goutte. Philippe demande à Tom s'il est pertinent de consacrer un article à La goutte dans cette édition du [Revue]. Il l'informe qu'un encadré, dans l'article sur l'événement spécial de Zaragoza, traitera de l'eau, le thème de cette événement. Tom considère qu'il s'agit d'une belle opportunité pour parler de La goutte. Philippe lui mentionne que s'ils font un article sur eux, celui-ci devrait présenter la nouvelle « vision », ou le nouveau discours, que Marc Gagnon a présenté à [Propriétaire de la compagnie] récemment. Philippe revient sur une discussion qu'il a eu avec Marc Gagnon ce matin-là où il lui expliquait qu'il s'était entretenu avec [Propriétaire de la compagnie] pour lui expliquer que le rêve que 100 % des employés donnent 1% de leur salaire à cette fondation est une utopie. Il propose un objectif de 25 % d'employés qui donnent un montant de leur choix. Le nouveau discours devrait donc être moins « incitatif », et encourager les employés à s'impliquer auprès d'une cause à laquelle ils croient. Johanne a mentionné à Marc que les gens donnent à une fondation lorsqu'ils la « sentent », et non pas lorsqu'ils y pensent. Ce n'est donc pas un choix rationnel. Tom confirme qu'il s'agit de la nouvelle « vision » de La goutte et qu'il est temps de mettre en action le plan d'action qui a été développé au cours des dernières semaines. Philippe demande une copie de ce nouveau plan de communication.
- Il est entendu qu'un rédacteur pigiste pourrait réaliser certains de ces articles.

Le vendredi 8 février 2008
Message téléphonique de Lucie à Philippe, entre 15 h et 17 h

Bonjour Philippe, c'est Lucie. J'espère que tu vas bien. J'ai reçu ton courriel concernant l'article sur la magie, et oui, je suis preneuse, ça m'intéresse. Je vais commencer les recherches mais je vais probablement avoir d'autres questions pour toi étant donnée que 750 mots, c'est bon, mais ce n'est pas très long pour ce type d'article. Je vais donc avoir besoin de quelques directions.

Dans l'immédiat, je voulais te demander... sur la fiche que tu m'as envoyé, la date de tombée est le 25 janvier. Ça c'est la date de tombée du numéro précédent. Pourrais-tu me confirmer la date de tombée? Mais si c'est pour le mois prochain, il ne devrait pas y avoir de problème.

Alors, tu peux m'envoyer un courriel pour me confirmer le tout. On peut se reparler la semaine prochaine pour plus de détails.

En attendant, je te souhaite une bonne fin de semaine. À bientôt.

-----Message d'origine-----

De : Marc-André

Envoyé : Le mardi 12 février 2008, 16 h 29

À : Ted

Objet : Article in the [Revue]

Bonjour Ted,

Comment ça va? So, how's our Tapis Rouge Experience Manager's doing? Still "testing" drinks at the Revolution Lounge☺ By the way, Sonia and Marie-Eve are still available if you need anymore help in this department.

Seriously, I have a little question/favor to ask you. As you probably know, we usually do a portrait of an artist in each edition of [Revue]. However, for 2008, we decided that we would interview not only artists but also employees from different backgrounds (technicians, managers, etc.). And guess what, we would like to kick off this new project with the one and only.... TED. Mainly, I would like to write something about your background within the company, from "O" to the Tapis Rouge Experience project.

Before going any further, let me know what you think about all this (and please feel really comfortable, I won't be mad if you say no!)

Don't hesitate to call me if you have any questions.

Merci, Marc-André

-----Message d'origine-----

De : Ted

Envoyé : Le mardi 12 février 2008, 17 h 01

À : Marc-André

Objet : RE: Article in the [Revue]

Salut Marc-André!

I would be happy to do this. Will there be a picture of me sitting on the bar sipping a drink? <just kidding>

Let me know what date and time.

Ted

-----Message d'origine-----

De : Marc-André

Envoyé : Le mercredi 13 février 2008, 9 h 54

À : Ted

Objet : RE : Article in the [Revue]

That's great... finally, people will know the truth about the real master behind [Compagnie]'s success☺

As for the interview, we can whether do it by email or by phone (unless you tell me that you'll be in Montreal in the next two weeks!!!). Let me know what's best for you and I'll take care of the rest.

Merci, Marc-André

-----Message d'origine-----

De : Ted

Envoyé : Le mercredi 13 février 2008, 11 h 53

À : Marc-André

Objet : RE: Article in the [Revue]

Hi Marc-André!

I definitely won't be in Montreal in the next few weeks.

Why don't we schedule this for later next week?

Ted

-----Original Message-----

From: Marc-André

Sent: Le jeudi 14 février 2008, 7 h 43

To: Ted

Subject: RE : Article in the [Revue]

How do you want to proceed, email or phone? (In other words, do you want to talk me or not :)?)

Does next Thursday sound good to you?

Marc-André

-----Message d'origine-----

De : Ted

Envoyé : Le jeudi 14 février 2008, 12 h 13

À : Marc-André

Objet : RE: Article in the [Revue]

Of course, I'll talk to you...

Thursday is great - just name a time.

Ted

-----Original Message-----

From: Tom

Sent: Le lundi 18 février 2008, 11 h 18

To: Peta

Subject: Interview with Maryse.

Hi Peta, I hope you are doing well.

I would like to have some time with Maryse this week for an interview for the April edition of the Hand-to-Hand. We would like to officially present her as a new VP (as we do for each new VP) and talk about the decision that was taken for Spectacle 08, explaining why we decide to end the

show and what it has bring to the company, etc....I would validate with her before if we can talk about this topic.

I would really appreciate if you could help me with that.

Thanks for your collaboration !

Tom

PS: The deadline for the article to be written is Thursday February 28th.

-----Message d'origine-----

De : Peta

Envoyé : Le lundi 18 février 2008, 11 h 31

À : Tom

Objet : RE: Interview with Maryse.

Hi Tom,

Maryse is on a business trip the coming 2 weeks, but I am sure she will find a time slot for an interview.

What I would like to suggest is that you contact Mélanie to set up a phone meeting with her.

Mélanie knows exactly when she is available in which time zone.

Do you need any other help from my side?

Have a nice day!

Peta

-----Message d'origine-----

De : Philippe

Envoyé : Le mardi 19 février 2008, 15 h 34

À : AnnieB.

Objet : Entrevue Wintuk 2 pour le [Revue]

Bonjour Annie,

Lors de notre dernière rencontre, nous avons discuté d'un possible article sur *Wintuk 2* pour le prochain [Revue] (publication prévue à la mi-avril).

Est-ce que ceci est encore envisageable ? Si oui, il faudrait planifier une rencontre d'ici la fin du mois...

J'attends de tes nouvelles en croisant mes doigts !

Merci,

Philippe

-----Message d'origine-----

De : AnnieB.

Envoyé : Le mercredi 20 février 2008, 9 h 57

À : Philippe

Objet : Entrevue *Wintuk 2* pour le [Revue]

Il n'est pas disponible avant la semaine du 16 mars...de toute manière il y a encore beaucoup de chose de ne pas arrêtées encore....

AnnieB., *Wintuk*

Le mercredi 20 février 2008, 10 h 15
Philippe rencontre François Quessy

Philippe rencontré François. Il le met au courant de la situation. François demande pourquoi nous voulons parler de *Wintuk*. Philippe l'informe que ce spectacle, qui a reçu des critiques plus mitigées, est encore en processus de création. Pour la deuxième année, l'équipe de créateurs est à revoir le spectacle. Or, les employés n'ont reçu aucune information sur le spectacle depuis son lancement. Il serait donc intéressant d'en parler pour expliquer que ce spectacle n'est pas en « fixation », mais qu'il évoluera encore. Ceci rejoint aussi notre désir d'être moins « rose » dans nos communications et de traiter également des sujets plus « sensibles ». François demande pourquoi nous ne pouvons pas parler d'eux. Philippe lui indique que l'équipe n'est pas encore de retour au travail, le « kick off meeting » est à la mi-mars et aucune décision n'a encore été prise. Nous craignons donc de n'avoir rien à dire. François propose d'utiliser le « kick off meeting » comme levier pour l'article. Il dit que c'est plus intéressant d'attacher un article à un événement. Philippe approuve et demande si un membre de l'équipe pourrait assister à cette rencontre. François informe Philippe que l'équipe est habituellement présente à ces rencontres.

Philippe fait ensuite un suivi avec Tom pour que ce dernier fasse un suivi afin de s'assurer qu'un membre de l'équipe sera présent à la rencontre.

Le mercredi 20 février 2008
Rencontre informelle entre Tom et Philippe

Tom informe Philippe qu'il ne sera pas possible de rédiger l'article sur la sécurité en tournée. L'équipe responsable considère qu'ils n'ont rien à dire. Il est convenu que cet article est retiré du prochain [Revue].

Le jeudi 21 février 2008
Rencontre entre Philippe et Gloria, Service Citoyenneté

Gloria demande à Philippe qu'elle est la prochaine date de tombée du [Revue]. Philippe l'informe que c'est le 5 mars et qu'ils ont un article sur La goutte.

- | | | |
|---|-----------------|--|
| 1 | Gloria | C'est donc La goutte qui prend la page de la Citoyenneté pour cette édition-là! |
| 2 | Philippe | Ben, à chaque édition, j'essai d'avoir un article qui traite de l'engagement du |
| 3 | | [Compagnie]. Et comme nous n'avions pas parlé de La goutte depuis le |
| 4 | | lancement officiel de la fondation... |
| 5 | Gloria | C'est bon. Mais ça c'est plutôt l'engagement du fondateur... |
| 6 | Philippe | Oui, va falloir qu'on démêle tout ça. Je ne crois pas que ce soit clair pour tout le |
| 7 | | monde. |
| 8 | Gloria | Y'a l'engagement du [Compagnie] et celui du fondateur. Puis avec la nouvelle |
| 9 | | chronique dans l'@[Compagnie], va falloir vérifier si on veut parler de |

10 l'engagement des employés, puisque c'est maintenant un critère des évaluations
 11 annuelles. Et dans l'édition qui va bientôt sortir, nous n'avons rien?

12 **Philippe** Oui, c'est un article sur [Compagnie] du Monde que Florence a écrit.

13 **Gloria** Oui, j'en ai entendu parler. Je ne comprends pas pourquoi personne ne m'en a
 14 parlé avant.

15 **Philippe** C'est moi qui a approché Florence pour cet article. Je croyais que c'était elle qui
 16 était responsable de toute la rédaction pour votre équipe?

17 **Gloria** (Sur un ton sarcastique) C'est ça, on m'utilise juste quand ça vous arrange! (1,0)
 18 Mais oui, Florence écrit tous les articles de [Propriétaire de la compagnie]. (1,5)
 19 La préface qu'il a signé pour le livre de [Nom], c'est elle.

20 **Philippe** C'est drôle... (0,2) à l'interne c'est François qui écrit pour [Propriétaire de la
 21 compagnie] et à l'externe... (0,2) c'est Florence. (1,0) Et pour La goutte c'est...
 22 (1,0)

23 **Gloria** Oui, c'est qui. C'est Johanne?

24 **Philippe** Oui, c'est Johanne en attendant qu'ils embauchent une nouvelle conseillère en
 25 communications. »

26 **Gloria** Le poste est-il affiché? Je ne l'ai pas vu.

27 **Philippe** Non, je ne crois pas. Enfin, je ne l'ai pas vu.

28 **Gloria** Mais pour revenir au [Revue], j'aurais aimé qu'on traite de Françoise et de
 29 l'Action culturelle.

30 **Philippe** Françoise?

31 **Gloria** Françoise est la nouvelle directrice de l'Action culturelle. Ça fait presque deux
 32 ans, depuis que Nicole a changé de poste, que personne ne s'occupait vraiment
 33 de cette équipe (elle mime quelqu'un qui tient un volant). Et, le 28 février, elle va
 34 présenter aux cadres son plan pour les années à venir. Il serait intéressant d'en
 35 parler pour positionner cette équipe et faire comprendre que c'est bien plus que
 36 juste un tirage de billets de spectacles et que l'événement CHARADE. Les gens
 37 ne connaissent que ça de cette équipe, et c'est bien plus. Y'a aussi une
 38 employée du [Compagnie] qui travaille à temps plein à la Salle de spectacle
 39 montréalaise. Elle fait de l'intervention auprès des jeunes de St-Michel.
 40 Récemment, elle a offert à de jeunes artistes 90 heures de studio pour faire de la
 41 recherche et de l'exploration musicale. Elle avait même trouvé des
 42 professionnels pour les encadrés.

43 **Philippe** C'est génial. On pourrait faire un portrait d'elle. T'es certaine que c'est une
 44 employée du [Compagnie]?

45 **Gloria** Je vais valider. Je ne sais pas comment tout ça fonctionne. Est-ce que le
 46 [Compagnie] paie la Salle de spectacle montréalaise qui l'a paie, ou c'est nous
 47 directement. Mais on pourrait peut-être faire un encadré sur elle dans l'article sur
 48 l'Action Culturelle?

49 **Philippe** Effectivement. (2,5) Est-ce que vous préférez écrire l'article, puisque vous
 50 connaissez bien le dossier, ou je me fais inviter au Tapis Bleu pour faire l'article à
 51 partir de la présentation de Françoise?

52 **Gloria** Tu as droit d'assister à ces rencontres? J'aimerais tellement ça...

53 **Philippe** Pour écrire un article oui, mais je dois être discret.

54 **Gloria** Enfin...(3,0) Ce serait peut-être bien d'avoir un regard externe.

55 **Philippe** Ce qu'on pourrait faire, c'est que vous faites un premier jet, avec les informations
 56 que vous jugez primordiales, et moi je vais compléter l'article à partir de la
 57 présentation. Qu'en penses-tu?

58 **Gloria** Ça me semble bien. Je vérifie le tout et te reviens

-----Message d'origine-----

De : Tom

Envoyé : Le mercredi 20 février 2008, 20 h 54
À : Mélanie
Objet : RE : Coordonnées Maryse

Salut Mélanie,

J'ai tenté de rejoindre Maryse ce soir à l'heure prévue (à 4 reprises) mais malheureusement ça ne répondait pas dans sa chambre. Je lui ai laissé un message sur sa boîte vocale.

Pourrais-tu svp essayer de me réserver un peu de temps avec elle d'ici vendredi.

Merci
Tom

-----Message d'origine-----

De : Maryse
Envoyé : Le mercredi 20 février 2008, 11 h 45
À : Tom
Objet : I was caught in a meeting

Salut Tom,

J'ai manqué notre rendez-vous. SVP me téléphoner sur mon cellulaire car il fonctionne en Chine [numéro].

Merci, Maryse

Le mercredi 20 février 2008, 13 h 30
Rencontre informelle entre Philippe et Tom

Tom informe Philippe qu'il n'a pas encore réussi à obtenir une entrevue avec Maryse, qui est à l'extérieur du bureau. La date de tombée approchant, il s'inquiète de pouvoir respecter l'horaire. Philippe l'informe qu'il dispose d'une semaine supplémentaire puisque nous avons revu le calendrier du [Revue].

Philippe lui demande s'il peut rédiger l'article s'il n'obtient pas l'entrevue, en se basant uniquement sur les informations qu'il a reçues. Tom informe Philippe qu'il pourrait toujours envoyer les questions par courriel à Maryse pour qu'elle lui envoie ses réponses de la même manière. Tom ajoute qu'il le tiendra au courant.

De: Tom
Date: Le jeudi 21 février 2008, 9 h 22
À: Maryse
Cc: Mélanie
Objet : RE : I was caught in a meeting

Pas de problème.

Est-ce qu'on peut se parler maintenant...disons dans la prochaine heure ?

Merci, Tom

Le jeudi 21 février 2008, entre 9 h 30 et 10 h 30
Entrevue avec Maryse réalisée par Tom au téléphone

1 **Tom** Pourrais-tu me parler de ton parcours avant le [entreprise]?
 2 **Maryse** [Autre compagnie] : Montréal et Toronto (de 1983 à 1992, 10 édition)
 3 Coordinatrice des tournois : Services aux joueurs, services au public
 4 Tournée 4 villes 2 fois par année
 5 Employeur : [Autre compagnie]
 6 Nage dans la gestion d'événements internationaux
 7 **Tom** Et ton parcours en tournée?
 8 **Maryse** Arrivée au [Compagnie] en 1992, direction des opérations
 9 En 2000 : elle participe à [Festival montréalais 01], [Festival montréalais 02],
 10 [Festival montréalais 03]
 11 En 1992 en communication : Marketing quelques années
 12 Projet spécial au RH
 13 Japon : 1996 : Algérie : Adjointe au producteur délégué
 14 Dir. Bureau de production, tournées américaines
 15 *Spectacle 04*
 16 *Spectacle 03 TSD*
 17 *Spectacle 04 en Europe fin 2000 TSD*
 18 *Spectacle 05 TSD*
 19 **Tom** Puis à Montréal au Siège social international?
 20 **Maryse** 2004 : MBA exécutif 1 an au HEC. À temps plein (sabbatique pour faire ça) aller
 21 chercher vocabulaire + concept pour supporter son savoir. Niveau opérationnel
 22 vers niveau + stratégique)
 23 2005 : Travaille avec Richard et Marc sur le Projet Topos, intégration +
 24 représentation, enjeux tournée au sein de différents secteurs de l'entreprise.
 25 Aujourd'hui : DGST avec Richard
 26 **Tom** Pourrais-tu décrire brièvement ce que fait ton service?
 27 **Maryse** On tente d'assurer la mise en place d'un système de planification peu importe le
 28 modèle. *Stakeholder* participe au processus pour intégrer leur réalité = meilleurs
 29 résultats possibles, qualité de la planification + amener les meilleurs résultats
 30 financiers qui en découlent.
 31 But : Assurer que le cycle de vie des différentes œuvres soit maximisée, que nos
 32 gestes de présentation des œuvres fassent partie d'une approche qui respecte
 33 toutes nos actions, s'inscrit dans le cadre approche globale qu'on communique
 34 aux différents secteurs de l'entreprise.
 35 **Tom** Quelle est l'importance de ton service au sein de l'organisation?
 36 **Maryse** S'assurer que le travail fait en amont assure aux gens sur les terrains, les
 37 meilleures conditions possibles pour que la rencontre avec le spectateur soit la
 38 meilleure.
 39 Sensibiliser tout le monde à l'impact important qu'ils ont sur le résultat final +
 40 mettre en lumière leur imputabilité
 41 Approche consultative favorise le décloisonnement de l'entreprise. On ne grossit
 42 pas, mais on grandit...et puis en santé!
 43 **Tom** Quelle est l'approche privilégiée aujourd'hui pour planifier les itinéraires de
 44 tournées et les nouveaux marchés?
 45 **Maryse** Si on se dit que quelqu'un qui performe sur scène des milliers de fois, on doit
 46 faire pareil pour être bon, il faut vendre geste naturel.
 47 *Feedback workgroup* : Gil: C'est tellement cool d'être au courant de la vision, de
 48 voir qu'on a un impact dessus, de savoir que vous avez du leadership mais
 49 ouvert aux recommandations.

50 Je laisse émerger les meilleures idées + façon d'illustrer des solutions pour faire
 51 face aux différents enjeux et on partage les bienfaits avec tout le monde. On est
 52 prisonnier de nos limites mais chefs de nos décisions.
 53 Si on veut que l'entreprise grandisse, c'est un des meilleurs moyens qu'on a
 54 trouvé.
 55 **Tom** Quel est le plus grand défi auquel tu devras faire face avec ton service au cours
 56 des deux ou trois prochaines années ?
 57 **Maryse** Spectacles cycle de vie plus long et qui ont déjà rencontré plusieurs publics.
 58 Nous assurer que le *timing* de nos différents projets + solutions laisse les
 59 meilleures *outcome* se produire.
 60 À travers tout ça, il y a des enjeux de recrutement, de ressources financières
 61 pour lesquelles on doit assurer ROI pour nous permettre d'être encore meilleur
 62 dans la production de nos œuvres + permettre de grandir.
 63 **Tom** Quels sont les avantages de devenir vice-présidente ?
 64 **Maryse** Enfin une femme
 65 Avec une croissance comme ce que vit le [Compagnie], la représentation des
 66 shows au niveau des forums exécutifs est faible.
 67 Tente d'avoir une représentativité du *core* au sein du FE car c'est la
 68 préoccupation première du Prez.
 69 Ça marque une évolution + démontre désir que l'acte commercial puisse
 70 supporter le déploiement de notre porte folio d'œuvre
 71 Tracer la voie à plusieurs autres (pour les femmes)

Le jeudi 21 février 2008, 11 h 15
Rencontre informelle entre Philippe et Myriam

Myriam demande si son article sur Saragoza peut être plus long que 500 mots, ce qui avait été convenu. Philippe lui indique qu'il pourrait augmenter à 750 mots, mais qu'il ne faut aller plus haut. Elle semble réticente alors il l'invite à écrire son article comme bon lui semble et qu'il se rencontreront par la suite pour l'éditer et le couper ensemble.

Lucie l'informe qu'une maquette (dessin) du défilé existe. Elle propose d'utiliser cette image pour illustrer son article et ainsi réduire le nombre de mot. Elle s'inquiète toutefois de la grandeur (très long) de cette image.

-----Original Message-----

From: Marc-André

Sent: Le vendredi 22 février 2008, 5 h 54

To: Ted

Subject: Questions for the interview

Bonjour Ted,

As promise, here are the questions for the interview (written in French to make you practice a little bit):

- 1- Parle-moi brièvement de ta carrière au [entreprise] (de Spectacle 10 au Tapis Rouge Experience).
- 2- Quel est le plus beau moment que tu as vécu au [entreprise] ?
- 3- Pourquoi as-tu décidé de quitter Spectacle 10 pour diriger le projet du Tapis Rouge Experience ?
- 4- Explique-moi en quoi consiste le projet Tapis Rouge Experience.

- 5- Quels sont les grands défis associés à ce projet ?
- 6- Quand aura lieu le premier Tapis Rouge Experience ?

Don't hesitate if you have any questions or if you want me to send you the questions in English.

Merci :-)
Marc-André

Le vendredi 22 février, 13 h 15
Conversation téléphonique entre Philippe et Gloria

Gloria demande à Philippe de lui confirmer les dates de tombée pour les deux prochaines éditions du [Revue]. Comme le bilan de l'action sociale du [Compagnie] sera lancé le 11 avril au Tapis Bleu, elle propose d'utiliser la tribune du [Revue] pour annoncer la sortie du bilan. Philippe approuve et propose de demander à Gilles, son vice-président, de présenter le bilan afin d'éviter d'être redondant avec le texte de l'année précédente. Gloria assure que le bilan est différent et que le texte sera donc différent. Elle informe Philippe que Florence écrira le texte. Ils conviennent que le texte sur l'action culturelle pourra être utilisé dans la prochaine édition, dont la date de tombée est le 18 avril, puisqu'il ne s'agit pas d'un événement qui nécessite une intervention immédiate. Philippe lui demande un article de 400 mots. Elle dit que Florence ne sera pas contente et qu'il lui faudrait 600 mots. Philippe concède 500 mots... 510 au maximum, à la blague. Gloria m'indique qu'elle fera le message à Florence.

Vendredi 22 février, 10 h 08
Rencontre informelle entre Philippe et Myriam

Myriam demande à Philippe de relire la première ébauche de son article sur Saragoza. Après quelques corrections et révisions stylistiques, Philippe lui renvoi le texte. Philippe a coupé quelques citations au ton un peu trop « rose » (ex. : « Julien a brillamment relevé le défi en concevant... ») ainsi que quelques explications de la recherche ayant menée au concept de l'événement.

De: Tom
Date: Le vendredi 22 février 2008, 12 h 41
À: Maryse
Objet : Entrevue pour le [Revue] - Question sur Spectacle 08

Bonjour Maryse, tout d'abord merci pour le temps que tu m'as accordé. Je te ferai parvenir sous peu une première version de l'article pour que tu puisses y jeter un œil.

Tu trouveras en pièce jointe le document incluant les questions que je désirais te poser sur Spectacle 08. Tu vas voir, ces questions se trouvent à la page deux du document. Ce serait super si tu avais la chance d'y répondre pour que je puisse m'inspirer de tes réponses pour proposer quelque chose de pertinent à Richard.

Encore une fois merci pour tout et bon voyage.

Félicitation pour ta nomination, ton parcours m'impressionne sincèrement !

Au plaisir

PS : je te mets également les questions dans le corps du présent courriel dans le cas où tu aurais de la difficulté à ouvrir la pièce jointe.

Tom

SPECTACLE 08

Question 1

Peux-tu expliquer les raisons qui ont poussé le [entreprise] à prendre la décision d'arrêter Spectacle 08 ?

a) Explication des raisons d'affaires qui ont contribué à la décision d'arrêter le spectacle.

Question 2

Qu'est-ce que le [entreprise] a pu apprendre avec l'expérience Spectacle 08 ?

a) Nouvelle façon de tourner, nouvelles technologies, nouveaux marchés, etc.

Question 3

Qu'advient-il des équipements utilisés dans le spectacle ?

Question 4

Qu'advient-il des artistes ?

Question 5

Quelle est le plus gros avantage de travailler avec un partenaire ? Qu'est-ce qui est le plus complexe ?

Questions 6

Envisageons-nous travailler dans le futur avec des partenaires ? (actuels ou nouveaux)

-----Message d'origine-----

De : Gloria

Envoyé : Le vendredi 22 février 2008, 13 h 24

À : Florence

Cc : Philippe

Objet : [Revue] avril

Allo,

Je sais que ce courriel te remplira de joie !

Si nous voulons un article sur le bilan dans le [Revue] d'avril, nous devons fournir le texte (traduit de préférence) à Philippe pour le 5 mars au plus tard. J'ai pu négocier 525 mots !

Gloria

Le vendredi 22 février, 13 h 27
Message téléphonique de Tom à Philippe

J'ai fais l'entrevue avec Maryse ce midi. Pour l'article sur Spectacle 08, Maryse m'indique que la meilleure personne pour nous répondre serait Richard.

Je lui ai quand même envoyé les questions et je vais présenter le texte rédigé à partir de ces réponses à Richard pour qu'il l'approuve et le signe.

Maryse m'indiquait que ce dossier est entre Tony et Richard. Il y a plusieurs détails et informations qui relève des deux. C'est trop sensible pour que Maryse ne s'implique.

Je voulais juste te tenir au courant. On devrait avoir un texte d'ici le milieu de la semaine prochaine. À plus tard.

-----Original Message-----

From: Sonia
Sent: Le vendredi 22 février 2008, 16 h 31
To: [Artiste 01, proposé par Diane]
Subject: Entrevue sur *La croisée des chemins*

Bonjour [Artiste 01],

Comme convenu avec Diane, je prends contact avec toi car nous sommes en train de préparer un article sur le programme *La croisée des chemins* pour le journal [Revue] du [Compagnie] et tu lui avais confirmé ton intérêt de participer. Essentiellement, nous aimerions y inclure quelques perspectives d'artistes qui ont pu profiter des services du programme. Par exemple, comment *La croisée des chemins* t'a aidé dans tes réflexions, comment tu as vécu ta propre transition d'artiste sur Spectacle 08 à autre chose, quels conseils donneraient tu à d'autres artistes qui réfléchissent à une transition de carrière? etc.

Aurais-tu un petit 15 ou 20 minutes la semaine prochaine pour qu'on puisse faire une courte entrevue ? Si tu es au Studio, on pourrait se rencontrer en personne, sinon, ça pourrait se faire par téléphone ou par courriel.

Merci et au plaisir d'avoir de tes nouvelles,
Sonia

(Quatre autres courriels identiques, avec le nom de l'artiste qui change, ont été envoyés par Sonia dans les minutes qui ont suivies)

-----Original Message-----

From: [Artiste 01]
Sent: Le samedi 23 février 2008, 12 h 35
To: Sonia
Subject: RE: Entrevue *La croisée des chemins*

Bonjour Sonia,

Je fais un "stage" dans le département du casting en ce début de semaine (lundi, mardi et mercredi) donc je serai au studio du [Compagnie] durant la journée. Je ne sais pas encore ce

que sera mon horaire. Aussitôt que je l'aurais, je te contact pour qu'on puisse se rencontrer.

A bientôt,
[Artiste 01]

-----Original Message-----

From: [Artiste 02]
Sent: Le dimanche 24 février 2008, 10 h 08
To: Sonia
Subject: RE: *La croisée des chemins* interview

Hi Sonia,
 Yes I am still interested and I am free in the evenings after five so that would be fine. Maybe if you have a day in mind we could plan ahead even just one day then I could be sure to be free.
 Talk to you soon
 [Artiste 02]

Rencontre entre Philippe avec Lucie
Le lundi 25 février, 11 h 30

Lucie est venue faire de la recherche au centre de documentation du [Compagnie] pour son article sur l'histoire de la magie. Elle fait part à Philippe du fait qu'un homme a fait don de sa collection de livres sur la magie au [Compagnie]. Elle ajoute qu'il existe beaucoup de documentations et que l'histoire de la magie est très vaste : spectacle, sorcellerie, magie noire, etc. Elle demande à Philippe quel angle elle devrait prendre.

Marc-André, qui se joint à la discussion, indique qu'on pourrait en faire deux articles, dans deux parutions différentes. Lucie dit qu'elle ne sait pas encore fait une tête. Ça peut être très plate et historique. « Pour trouver l'angle d'attaque, j'aurais aimé parler avec Christiane, jaser avec elle pour voir comment ils (Production 03) ont procédé. » Il y a l'histoire de la magie puis l'aire moderne, avec les prestidigitateurs. « Je vais appeler Christiane, je la connais bien. J'avais travaillé avec elle sur Spectacle 13 pour le numéro spécial du [Revue]. J'aurais voulu être présente demain, au « Sur le divan » avec [Magicien américain], mais je ne peux pas ».

Philippe l'informe qu'il prendra des notes et lui fera parvenir.

Marc-André dit qu'ils ne parleront pas de magie demain, mais on ne sait jamais. Ils devraient traiter brièvement de l'histoire et de la trame narrative. Christiane dit souvent que c'est « weirdtorian », un mélange d'étrange et de victorien. Ce n'est pas « gore », ils n'aiment pas ça. C'est inspiré de [Magicien américain] et de Tim Burton, le cinéaste. C'est très noir, mais ils ne disent pas « gore ».

Lucie demande si c'est gotique?

Marc-André dit que oui et non. Plutôt weirdtorian. C'est un univers très éclaté. Serge déteste les shows de magie ou plutôt la façon dont elle est présentée. C'est tout le temps les même cinq ou six numéros. Le metteur en scène veut donner une vision unique.

Lucie dit qu'il aurait été intéressant qu'elle soit présente puisqu'ils vont peut-être parler de l'évolution du spectacle. Elle aimerait que l'angle de son article suive ce processus.

Philippe lance l'idée de traiter de la passation des secrets entre magiciens. Comme cet univers est très clos, avec une tradition orale, il pourrait être intéressant d'en traiter dans l'article?

Comme les nouveaux magiciens sont formés. C'est intéressant considérant qu'il y a plusieurs secrets entourant le spectacle

Marc-André ajoute que ça ressemble à la création de Spectacle 14 (il n'était pas là au moment de la création de Spectacle 14).

Philippe indique qu'il faut rassurer l'équipe de *Production 03* qu'on veut se rapprocher de leur réflexion et de leur processus de création, mais que ce n'est pas un article sur leur spectacle, mais bien sur l'histoire de la magie. C'est un dossier qui vise à mettre en contexte l'arrivée de ce nouveau spectacle.

Lucie rassure Philippe qu'elle et Christiane se de bonnes amies. Si d'autres articles se présentent concernant *Production 03*, elle est intéressée.

Philippe lui dit qu'il est très difficile de parler de *Production 03* dans leurs médias.

Marc-André ajoute qu'il sera difficile de rejoindre Christiane cette semaine puisque [Magicien américain] est en ville et qu'ils ont plusieurs rencontres de travail.

Philippe informe Lucie qu'il va lui envoyer les notes demain, après l'événement.

Lucie répète qu'elle va contacter Christiane et que ses commentaires sont toujours pertinents.

Philippe conclue en résumant. Il serait intéressant, pour l'article, de situer dans quel contexte le [Compagnie] arrive en produisant un spectacle de magie. Il serait intéressant de le situer puisqu'on ne peut pas parler du spectacle lui-même. Lucie et Marc-André sont d'accord.

-----Original Message-----

From: [Artiste 03]

Sent: Le lundi 25 février 2008, 19 h 19

To: Sonia

Subject: RE: Entrevue sur *La croisée des chemins*

Bonjour Sonia!

Désolée de n'avoir pu répondre avant!

Il m'est un peu difficile cette semaine de trouver un trou à mon horaire, car je quitte Mercredi matin pour Toronto. Je serais de retour Vendredi tard dans la journée!

Si tu ne peux pas attendre jusqu'à la semaine prochaine, nous pouvons trouver un moment pour le faire au téléphone... Moi j'aimerais mieux qu'ont se voit pour réaliser ce petit projet.

Mon cell est le : [numéro]

N'hésites pas a me contacter!

J'attends de tes nouvelles.

[Artiste 03]

-----Original Message-----

From: Sonia

Sent: Le mardi 26 février 2008, 10 h 08

To: [Artiste 01]

Subject: RE: Entrevue *La croisée des chemins*

Bonjour [Artiste 01],

Oui, demain midi serait parfait. Veux-tu qu'on se donne rendez-vous à la réception (à côté de la caf) à midi ? Laisse-moi savoir si ça te convient.

Merci et à demain !

[Artiste 01]

-----Message d'origine-----

De : Philippe

Envoyé : Le mardi 26 février 2008, 16 h 02

À : Lucie

Objet : Sur le divan avec Production 03

Pièce jointe : Sur le divan avec Production 03 - NOTES

Salut Lucie,

Voici mes notes de la présentation de ce midi. J'espère que ceci t'aidera.

Philippe.

Sur le divan avec Production 03 - NOTES

Christianne

- Christianne Barette souligne le mystère entourant toutes les productions du [Compagnie], particulièrement lorsqu'il est question d'un spectacle de magie.
- C'est la première fois que le [Compagnie] fait un spectacle de magie et qu'il collabore avec une vedette.
- Les pratiques ont débutés le 14 janvier 2008.
- Le « cast » est constitué de 26 personnes (danseurs, musiciens, [Magicien américain], etc.)
- La trame narrative tourne davantage autour de la magie et de la danse que de l'acrobatie.
- Christianne présente l'organigramme
- Présentation de Serge et de [Magicien américain].

Serge

- Je crois que [Magicien américain] est le meilleur magicien au monde. Il invente beaucoup de matériel et repense ce type de spectacle. Il repousse plusieurs limites.
- Ça me tentait puisque je voulais faire autre chose et lui était prêt à prendre un risque.
- Créer un univers magique, un univers dans lequel la magie sert à présenter l'histoire.
- Dès le début du spectacle, [Magicien américain] se blesse et tombe dans le coma. Nous entrons donc dans sa tête, c'est un voyage dans la tête « malade » de [Magicien américain].
- Spectacle plus rock n' roll
- Pas de costumes traditionnels.

- Il y a eu beaucoup de rumeurs sur ce spectacle. D'abord, j'aimerais dire que [Magicien américain] et moi nous entendons très bien. ([Magicien américain] fait semblant de lui donner un bec).

[Magicien américain]

- I know how to french kiss but not how to speak it. Sorry.
- Merci de me recevoir au CdS. C'est un grand rêve. J'ai vu un de vos spectacles sur HBO plus jeune et j'ai été renversé par votre vision.
- Vos spectacles sont de la magie pure.
- Je rêvais de réinventer la magie comme vous avez réinventé le [Compagnie].
- Une vingtaine d'années plus tard (je ne veux pas dévoiler mon âge), je me retrouve avec l'un des hommes les plus talentueux... Serge Denoncourt.
- I'm blown away !
- Ce que nous créons, notre vision, c'est tout à fait nouveau. Oubliez la magie, ça, je l'ai déjà fait. On s'en va complètement ailleurs.
- You make it possible. Sans vous, c'est impossible. Avec une seule personne, nous ne pouvons pas en faire autant.
- Merci à tous les créateurs.
- Nous créons une expérience unique qu'on ne retrouve nulle part ailleurs.
- Ça débute le 31 juillet.
- Thank you, I appreciate your support.

Questions posées lors de l'événement

Serge, quel est ton approche pour ce spectacle?

Serge

- Étant un metteur en scène de théâtre, on me donne habituellement une histoire et je cherche une façon de la mettre en scène. Ici, je n'avais pas d'histoire. Simplement [Magicien américain] Angel et sa magie. J'ai beaucoup parlé avec [Magicien américain]. Ce ne sera pas du tout comme son émission de télévision mais nous demeurons dans son univers. C'est romantique, rock n' roll et dreamer.
- Nous lui avons présenté les costumes hier pour la toute première fois. [Magicien américain] a été agréablement surpris qu'on saisisse son univers et qu'on l'amène plus loin.
- Mon travail est de mettre [Magicien américain] en scène et de le magnifier.
- Mon matériel, c'est [Magicien américain] Angel.

Combinaison [Magicien américain] et CdS ?

[Magicien américain]

- Comment combiner le [Compagnie] et mon univers? Avant, je contrôlais tout. J'avais donc le choix de continuer dans la même voie ou d'innover et créer l'Histoire. As an artist, je veux créer ce qui fera l'Histoire.
- Et le [Compagnie] veut repousser ses limites (ex. : Spectacle 14, moi-même).
- Nous avons tous le même objectif : ne suivre personne et créer une expérience unique.
- Ensemble : MGM, CdS et mon équipe, nous sommes plus forts que séparément.
- Ce projet n'est pas dans nos zones de confort respectives, mais c'est la vie.

Quel est ton processus de création ?

Serge

- Quand j'ai rencontré [Magicien américain] la première fois, il avait déjà des idées pour le spectacle. J'ai pris un mois de réflexion et je lui suis revenu avec les miennes, que j'avais eu à partir des siennes. De là, nous avons travaillé ensemble. Nous avons construit le spectacle ensemble, dans le respect, en essayant de comprendre l'autre.

- C'était un processus difficile, mais pas « conflictuel ». Difficile parce que nous avions tous les deux des idées. Parfois nous sommes allés avec les siennes, parfois avec les miennes.
- Notre volonté est de créer le meilleur show ever.

[Magicien américain]

- Trust, trust, trust !
- L'ingrédient pour ce show, c'est la confiance. J'ai beau avoir un contrat, ça ne veut rien dire sans la confiance.
- Et je lui fais confiance en tant qu'artiste.

Serge

- Nous sommes presque un couple. Pendant deux ans, nous partageons le même objectif.

Comment sera la scène ?

Serge

- Pour des raisons que vous devinerez, nous ne pouvions pas avoir une scène centrale. En magie, c'est toujours pratique d'avoir des coulisses.
- Ce sera un théâtre à l'italienne. C'est ce que je fais de mieux. J'aime créer des images que tous les spectateurs voient en même temps.

[Magicien américain]

- Dans mon émission de télévision, on croit souvent que c'est arrangé au montage, que le public est complice ou que nous avons des effets spéciaux. Mais je vous invite à venir voir le spectacle et découvrir que certains miracles qu'on croit impossibles sont possibles.

Serge

- Le défi, sachant ce qu'il peut faire, était de voir ce qu'on pouvait faire « en direct ». Et de connecter ses numéros à l'émotion du spectacle.
- Exemple : Couper une personne en deux dans une boîte, on le fait souvent dans les spectacles de magie. Et ça, ça ne m'intéresse pas. Je n'aurais pas fait le show si on m'avait demandé ceci. Nous, nous couperons [Magicien américain] en deux, mais sans le mettre dans une boîte. Nous pensons littéralement « outside de boxe ». On décoince la magie.

Différence entre le personnage de [Magicien américain] à la télévision et dans le spectacle ?

[Magicien américain]

- C'est toujours moi. J'utilise certaines parties de moi, selon le contexte.
- Vous me retrouverez dans le spectacle, mais aussi d'autres aspects que vous ne pouvez pas imaginer de moi.
- Vous remarquez que j'ai une barbe ? (Rire). Vous ne l'aimez pas et c'est correct. C'est pour un projet en cours. Expect the unexpected...

Proportion de nouveaux numéros dans le spectacle ?

[Magicien américain]

- We had a lot to choose from. Sans vouloir être prétentieux, j'ai fait une centaine de démonstrations en moins de trois ans.
- La majorité des numéros du spectacle sont des choses qu'on a jamais vues, mais j'ai aussi pigé dans les numéros les plus marquants de mon émission.
- Est-il possible d'avoir une tornade qui sort de ma bouche ? Oui, et vous le verrez.

Serge

- C'est toujours les mêmes 5 ou 6 numéros en magie. Ils sont habillés différemment, mais ce sont les mêmes bases. Un vrai artiste, comme [Magicien américain], les présente et les « twist » pour le public.
- Avec la bonne musique, le bon décor, les bons costumes, ça change tout.

Vous parlez d'innovation mais vous referez le même spectacle soir après soir pendant plusieurs années ? Comment vivez-vous avec ceci ?

[Magicien américain]

- On me pose souvent la question.
- D'abord, chaque représentation est ma première. Le public est toujours différent. Je dois leur donner l'impression que ça valait plus que le montant qu'ils ont déboursé. Je dois donner mon 110 %.
- Je dois penser à mes fans et à ceux du [Compagnie]. Maintenir l'intégrité du [Compagnie], de mon art et de l'expérience. Je ne prends pas ça à la légère.
- Je suis honoré qu'on me donne cette confiance et cette responsabilité. C'est la première fois que le [Compagnie] s'associe à une personnalité. C'est important pour moi.
- Et le show pourra évoluer avec le temps...

Serge

- Tous les soirs, on interagit avec un public différent. On ne sait pas comment il va réagir...

Est-ce que tu continues tes émissions de télévision ?

[Magicien américain]

- J'ai quelques projets pour la télévision. Je veux les utiliser pour faire la promotion de mon spectacle à Las Vegas.

Vous parlez d'intégrité. Comment allez-vous conserver l'unique plus joyeux du [Compagnie] ?

[Magicien américain]

- Have you see *Spectacle 04* ? It's dark!
- We'll take people on a journey where impossible is possible.
- Il y aura des moments plus tristes et d'autres plus joyeux. C'est le reflet de la vie.

Serge

- C'est difficile d'être joyeux quand on coupe quelqu'un en deux ! (rire)
- Guy veut qu'on fasse rêver les gens. Il n'a jamais dit comment les faire rêver.
- J'aime le mot « journey ». C'est une « journey into the improbable ».
- On met en scène ce que personne d'autre ne peut mettre en scène.

Qu'aimerais-tu que les gens disent en sortant de ton spectacle ?

[Magicien américain]

- Nothing ! I want them to be speechless.

CONCLUSION

Serge

- Je suis certain qu'on fait un show unique. Le [Compagnie] nous offre la liberté de défier l'impossible. Que vous aimiez le spectacle ou non, vous verrez que c'est une expérience à part.

Le jeudi 27 février, après-midi

Rencontre informelle entre Philippe et Tom

Tom informe Philippe que les tournées ne veulent pas parler de la fin de Spectacle 08 dans l'article du [Revue]. Philippe souligne à Tom qu'il a parlé à Maryse ce midi et qu'elle lui a indiqué qu'elle voulait laisser la parole à Richard pour ce dossier, mais qu'il n'a pas senti qu'on ne pouvait pas en parler. Tom réitère qu'ils ne veulent pas en parler, selon ses informations. Philippe lui rappelle qu'il faudrait traiter de ce sujet. On ne peut pas laisser un spectacle tirer sa révérence sans en parler.

Philippe lance l'idée d'articles dans le [Bulletin électronique hebdomadaire] sur les artistes qui ont vécu toute la vie de SPECTACLE 08. Tom souligne que le climat sur le spectacle est très tendu et que les tournées ne croient pas que c'est une bonne idée de leur donner la parole. Philippe exprime un doute puisque le climat de *Spectacle 02*, lorsqu'on a annoncé sa fin, était également tendu, ce qui ne leur a pas empêché de leur consacrer un numéro spécial du [Revue]. Tom informe Philippe que le spectacle va peut-être « ressusciter » plus tard. Philippe ajoute que ce fut la même situation pour *Spectacle 02*. Mais comme la nouvelle n'est pas confirmée, ils doivent traiter la nouvelle comme la fin de SPECTACLE 08. Tom ajoute que ce spectacle n'est pas considéré comme une œuvre du [Compagnie]. Philippe lui indique qu'il est au courant de ceci, mais que le spectacle demeure une création du [Compagnie], et ce, même s'ils ont un partenaire et qu'il s'agit d'un spectacle tout à fait différent. Tom dit qu'il lui reviendra.

-----Message d'origine-----

De : Marie-Eve

Envoyé : Le jeudi 28 février 2008, 16 h 01

À : Philippe

Objet : Article pour le [Revue]

Philippe,

Roulements de tambour, trompettes et confettis, voici mon article pour le [Revue]. Seul bémol à cette fanfare, je l'enverrai à Catherine pour son approbation, puisque je la cite ! Donc, au pire pire, l'article ne fait pas l'affaire et on doit attendre au prochain numéro pour que j'y retravaille. Pour te rassurer, François l'a relu et il est à l'aise avec le contenu.

Donc, j'espère que tout ira... attends quand même avant de le faire traduire !!!!!

Marie-Eve

-----Message d'origine-----

De : Marie-Eve

Envoyé : Le jeudi 28 février 2008, 16 h 03

À : Catherine

Objet : Bon retour et petits suivis !

Bonjour chère Catherine,

Bon retour ! J'espère que tu vas bien.

Comme je suis absente cette semaine, je voulais faire un suivi avec toi sur deux dossiers :

- article dans le [Revue] : je propose un article pour communiquer les résultats du sondage et j'ai pensé y mettre quelques citations de ta part. Je joins une copie de l'article afin que tu y jettes un coup d'œil pour voir si le contenu et les citations te conviennent. Je l'ai déjà montré à François qui était à l'aise avec le contenu. Si ça ne va pas pour toi, je pourrai toujours reprendre à mon retour afin de ne pas donner une charge de travail aux autres collègues. Ça sera pour le prochain numéro... Mais j'espère bien que ça te plaira !
- [Autre sujet]

Bonne semaine et à mardi prochain.

Marie-Eve

-----Message d'origine-----

De : Philippe

Envoyé : Le lundi 3 mars 2008, 10 h 37

À : Kenton

Cc : Marc-André

Objet : [Revue] - Cultural Action

Importance : Haute

Hi Kenton,

I'm writing an article (for the [Revue]) about the Cultural Action department and I would like to give some examples of your work in Las Vegas.

Can you send me an example for each of your four mandates:

- support the arts community,
- integrate the arts into employees' lives,
- integrate the arts into the community,
- manage and showcase [Compagnie]'s collections.

If there's any other information you would like to add in the article regarding your team in Las Vegas, let me know. I'll do my best to incorporate that in the article. If possible, I need all these information before Wednesday (I know it's a short delay and I'm sorry). If you have some pictures of the examples, that would be great.

For your information, Françoise will approve this text before we publish it.

Thank you in advance for your help.

Philippe

De: Tom

Date: Le lundi 3 mars 2008, 20 h 37

À: Maryse

Objet : Article

Bonsoir Maryse, Karine est venue me voir tout à l'heure concernant l'article du [Revue] sur ta nomination. Je suis en train de travailler dessus...tu l'auras sans faute avant qu'on le publie. Ma date de tombée est le 5 mars.

Merci

Tom

Le mardi 4 mars 2008, 8 h 10

Rencontre entre Philippe et Tom

Tom demande à Philippe de relire la première version de son article, encore incomplet, sur la nomination de Maryse. Philippe l'informe que le premier paragraphe, qui traite de la carrière de Maryse avant le [Compagnie], est superflu. Tom explique qu'il voulait le souligner pour montrer que Maryse avait une solide expérience avant de se joindre au [Compagnie]. Philippe lui dit qu'il

devrait alors retravailler le texte pour mettre ceci en évidence. En ce moment, le premier paragraphe n'exprime pas cet élément et semble décousu du reste du document.

Tom fait également mention que la nomination de Maryse permet de se rapprocher d'une parité homme / femme dans les hautes instances. Philippe exprime un doute puisque la compagnie est encore bien loin de la parité. Tom dit qu'il s'agit d'un point important pour Maryse. Dans ce cas, Philippe invite Tom à mettre cette information en citation de Maryse dans le texte. Le texte étant narratif, sans citations, Tom est incertain. Philippe lui dit que Maryse est une personne très sociale et que sa personnalité est une de ses forces majeurs. Il serait intéressant d'ajouter des citations pour permettre à Maryse de prendre la parole dans l'article pour appuyer le fait qu'elle est une femme d'action dynamique.

Tom confirme qu'il complètera l'article sans aide d'une rédactrice pigiste.

Le mardi 4 mars, 11 h 30 (une heure)

Rencontre statutaire des médias internes – Jean-Pierre, Philippe, Annie

Après avoir couverts différents sujets, ils abordent celui du

- | | | |
|---|--------------------|--|
| 1 | Jean-Pierre | Comment avance le [Revue]? |
| 2 | Philippe | Bien. (1,0) Il manque encore plusieurs article... à vrai dire j'en ai reçu qu'un |
| 3 | | seul... mais c'est normal. (1,5) On les reçoit toujours à la dernière minute. |
| 4 | Annie | Moi, mon article sur les costumes n'est pas encore complété. Je dois rencontrer |
| 5 | | [membre de l'équipe des costumes] mais nos horaires ne sont pas compatibles. |
| 6 | | Mon article est rédigé mais il me reste quelques photos à prendre. Ce sera fait |
| 7 | | cette semaine. |
| 8 | Philippe | Génial. |
| 9 | Jean-Pierre | Parfait. |

Le mardi 4 mars, 16 h 07

Rencontre entre Philippe et Marc-André

- | | | |
|----|-------------------|---|
| 1 | Marc-André | Philippe, plus je travaille sur mon article sur Ted, plus ça porte sur l'expérience |
| 2 | | Tapis Rouge... et pas sur Ted! |
| 3 | Philippe | Tu sais que c'est exactement ce qu'on ne voulait pas? |
| 4 | Marc-André | Je sais. |
| 5 | Philippe | Tu sais que c'est exactement ce que TU ne voulais pas. |
| 6 | Marc-André | Je sais |
| 7 | Philippe | As-tu besoins d'aide pour écrire l'article? |
| 8 | Marc-André | Non, ça va aller. Je vais me changer les idées un peu et recommencer |
| 9 | | plus tard. |
| 10 | Philippe | Qu'est-ce qui se passe? |
| 11 | Marc-André | La partie intéressante est sur Tapis rouge, j'ai mal dirigé l'entrevue. |
| 12 | Philippe | Le corps de ton texte est bon. Une brève introduction, son embauche au |
| 13 | | [Compagnie], son expérience sur Spectacle 10 puis ses nouveaux défis sur |
| 14 | | Tapis rouge. |
| 15 | Marc-André | Mais la partie intéressante n'est que sur Tapis rouge. |
| 16 | Philippe | En synthétisant le reste, on peut le jaser un peu. |
| 17 | Marc-André | Je vais prendre la soirée pour y penser et le compléter demain. |

De: Tom
Date: Le mardi 4 mars 2008, 17 h 04
À: Maryse
Objet : Article

Bonjour Maryse, voici ce que j'ai de fait en ce moment. Je vais le travailler encore ce soir et demain mais au moins tu pourras y jeter un œil et me faire part de tes commentaires. Le dernier paragraphe sur les défis n'est pas encore composé.

Je ne fais pas ça habituellement (envoyer des textes non complétés), mais je pense que dans le contexte actuel, on pourra gagner un peu de temps.

Merci
Tom

-----Message d'origine-----

De : Kenton
Envoyé : Le mardi 4 mars 2008, 21 h 02
À : Philippe
Objet : [Revue] Info

Hello Philippe,

Here is some of the info of what goes on here in Vegas and Orlando at the Resident Show Division.

I put items in bullet points and added copy it were needed. Please feel free to copy and paste and edit.

Do you want photos? It is 18.00 here and I have to leave for an event tonight, so when you get this in the morning email me back and when I come in I will sent photos if necessary, I have lots.

Have a good week, Kenton

-----Message d'origine-----

De : Maryse

Envoyé : Le mercredi 5 mars 2008, 8 h 23

À : Tom

Objet :

Pièce jointe : Texte Nomination Maryse

Tom,

Voici le texte retravaillé.

Merci pour tout

Maryse

-----Message d'origine-----

De : Tom

Envoyé : Le mercredi 5 mars 2008, 8 h 47

À : Maryse

Objet : Article [Revue]

Salut Maryse,

Je t'invite à jeter un oeil à l'article et à me faire part de tes commentaires.

Nous l'enverrons en traduction anglaise par la suite.

Merci

Tom

-----Message d'origine-----

De : Tom

Envoyé : Le mercredi 5 mars 2008, 9 h 07

À : Philippe

Objet : Article [Revue]

Pièce jointe : Article Maryse V5

Salut Phil,

Je suis en attente des commentaires de Maryse.

Je te reviens sous peu.

Merci

Tom

-----Message d'origine-----

De : Philippe

Envoyé : Le mercredi 5 mars 2008, 10 h 53

À : Tania

Objet : Présentation Action culturelle Tapis bleu

Salut Tania,

Peux-tu me faire parvenir la présentation de Françoise du dernier Tapis bleu?

Merci,
Philippe

-----Message d'origine-----

De : Philippe

Envoyé : Le mercredi 5 mars 2008, 11 h 00

À : Kenton

Cc : Gingras, Marc-André

Objet : RE : [Revue] Info

Hi Kenton,

I'd like to get some pictures of the "Community Support Grants for the visual and performing arts Ceremony". I won't be able to talk about all your activities, but if you have other interesting photos (like the Choreographers' showcase), send them to me.

Thank you so much for your help.

Philippe

-----Message d'origine-----

De : Tania

Envoyé : Le mercredi 5 mars 2008, 11 h 10

À : Philippe

Objet : RE : Présentation Action culturelle Tapis bleu

Pièce jointe : Présentation Action culturelle.ppt

La voici Philippe!
Tania

-----Message d'origine-----

De : Sonia

Envoyé : Le mercredi 5 mars 2008, 11 h 44

À : Philippe

Objet : Texte *La croisée des chemins* pour le [Revue]

Pièce jointe : Article [Revue] *La croisée des chemins*

Bonjour Philippe,

Voici mon article. Et oui, c'est encore un peu trop long...S'il faut absolument couper, je pense qu'il faudrait le faire dans les citations des artistes...mais j'ai de la misère à choisir. Tes suggestions sont les bienvenues.

Merci !

Sonia

Le mercredi 5 mars, 11 h 46

Discussion téléphonique entre Philippe et Mona

Philippe vérifie avec Mona si elle peut lui faire parvenir les statistiques de son équipe, tel que présentées au dernier Tapis bleu dans la vidéo. Elle l'informe qu'elle lui envoie le tout dans quelques minutes. Elle lui demande s'ils devraient faire un petit texte pour également traiter de leur équipe à Las Vegas. Philippe l'informe qu'il est déjà entré en communication avec Kenton pour présenter des exemples de leur action à Las Vegas et qu'il a inclus une citation de lui. Il ajoute qu'il aimerait inclure également les statistiques pour eux. Mona enverra donc ses statistiques en anglais afin de faciliter l'échange avec Kenton.

Philippe demande à Mona si, en l'absence de sa supérieure Françoise, elle pourrait faire une première lecture de son article sur leur équipe afin de s'assurer que tout est correct. Philippe l'informe que Françoise approuvera tout de même le texte à son retour de vacances. Mona confirme qu'elle prendra le tout de lire l'article dès que possible.

-----Message d'origine-----

De : Mona

Envoyé : Le mercredi 5 mars 2008, 11 h 53

À : Philippe; Kenton

Objet : Données sur l'action culturelle

Hello Philippe and Kenton,

Here are the "stats" that appeared in the Cultural Action clip.

Kenton, would it be possible for you to give an overview of your actions relating to ours?

Thanx!

Mona

Depuis 2004...

Plus de 250 artistes et compagnies artistiques soutenus

Une centaine d'employés soutenus dans leur démarche artistique personnelle

Une collection de plus de 500 œuvres dans notre environnement de travail

Une quarantaine d'exposition en nos murs

Plus de 6000 billets de spectacles, musées et œuvres distribués aux employés

Une soixantaine d'activités organisées pour les employés et la communauté

Since 2004 (in Montreal)...

More than 250 up-and-coming artists and artistic companies supported

About a 100 employees supported via CHARADE in their personal artistic practice

A collection of more than 500 pieces in our working environment

More than 40 exhibits at headquarters

More than 6000 tickets for shows and museums as well as works of art distributed to the employees

More than 60 activities organized for employees and surrounding communities

-----Original Message-----

From: Sonia
Sent: Le mercredi 5 mars 2008, 11 h 53
To: Diane
Cc: Diane (autre adresse)
Subject: Article [Revue] – *La croisée des chemins*

Bonjour Diane,

Voici l'ébauche de l'article sur *La croisée des chemins* pour le [Revue] pour tes commentaires – les artistes ont partagé tellement d'infos intéressantes qu'il a été difficile pour moi de décider quoi inclure et quoi laisser de côté ! Le résultat est que l'article est un peu trop long et il faudra couper un peu. Suite à tes commentaires et à ceux de Philippe (notre rédacteur en chef), je te ferai parvenir une version révisée au même moment de l'envoyer à Nathalie pour approbation.

Merci bien Diane et à bientôt,

Sonia

p.s. Finalement, je n'ai pas réussi à rejoindre [Artiste 04] à temps, elle vient de me laisser un message ce matin mais c'est malheureusement trop tard pour cet article, on pourra voir ce qu'on peut faire avec les témoignages de tous ces artistes, peut-être en mettre quelques extraits sur le site... On s'en reparle.

-----Message d'origine-----

De : Philippe
Envoyé : Le mercredi 5 mars 2008, 11 h 56
À : Sonia
Objet : RE : Texte *La croisée des chemins* pour le [Revue]

Bonjour Sonia,

Le texte est effectivement long mais est très intéressant. Je trouve cependant que Diane occupe une place trop importante, son rôle semble plus important que celui du programme lui-même. En fait, on dirait que le programme, ce n'est qu'elle. Peut-on la retirer que quelques citations ? Qu'en penses-tu ?

Avons-nous des photos des personnes interviewées et du visuel de ce programme?

Merci,
Philippe

-----Message d'origine-----

De: Tom
Date: Le mercredi 5 mars 2008, 13 h 08
À: Maryse
Objet : TR : Article

Salut Maryse,

Je te renvoie l'article

Merci

Tom

-----Message d'origine-----

De : Marc-André

Envoyé : Le mercredi 5 mars 2008, 13 h 19

À : Jean

Objet : Article - Marketing *Production 02*

Importance : Haute

Bonjour Jean,

Tel que promis, voici l'article que j'ai écrit sur la stratégie marketing pour *Production 02*. N'hésite pas à me faire part de tes commentaires.

Si possible, j'aurais besoin du tout d'ici la fin de journée demain.

Merci encore une fois d'avoir pris le temps de répondre à mes questions,
Marc-André

-----Message d'origine-----

De : Kenton

Envoyé : Le mercredi 5 mars 2008, 13 h 47

À : Philippe

Objet : Re: Statistics and pictures

Hi Philippe,

I will send the same info as Mona did. I am trying to send the photos you requested but these computers are so small in memory I am not sure if they will go through.

I will send the info and pictures following this message.

Kenton

-----Message d'origine-----

De : Sonia

Envoyé : Le mercredi 5 mars 2008, 14 h 40

À : Philippe

Objet : *La croisée des chemins* : noms des artistes pour recherche photos

Salut Philippe,

Voici les infos sur les artistes. Je demande à Diane pour une photo d'elle et je te reviens là-dessus.

[Noms des artistes et des spectacle]

Merci.
Sonia

-----Message d'origine-----

De : Jean
Envoyé : Le mercredi 5 mars 2008, 14 h 42
À : Marc-André
Objet : RE : Article - Marketing Production 02

Et voilà mes corrections!

Jean

-----Message d'origine-----

De : Philippe
Envoyé : Le mercredi 5 mars 2008, 14 h 55
À : Marilou
Objet : TR : *La croisée des chemins* : noms des artistes pour recherche photos

Bonjour Marilou,

Avons-nous les headshots de ces anciens artistes ? C'est pour le prochain [Revue] (je prends de l'avance). Si tu ne les as pas, nous devons organiser des séances de photo avec eux...

Merci,
Philippe

Le mercredi 5 mars, 15 h 10
Rencontre entre Philippe et Catherine

Catherine a reçu le texte qu'Marie-Eve a écrit sur les résultats du sondage des communications internes. L'ensemble du texte lui convient mais Catherine aimerait que certains passages, qui donnent l'impression que les résultats sont passables, soient réécrits afin de refléter les bons résultats véritablement obtenus. Par exemple, il était écrit :

« De façon générale, vous nous avez témoigné une bonne satisfaction sur les outils que nous vous proposons. Nos deux bulletins électroniques, le [Bulletin électronique hebdomadaire] et le [Bulletin électronique quotidien] (publié à Montréal) semblent généralement appréciés tant du point de vue du contenu et des sujets traités, de leur pertinence que de leur signature visuelle. Le [Revue] a également reçu de bons résultats globaux. Nous poursuivons dans la même voie. Quant à l'intranet, il reçoit une moins bonne note et est perçu comme une source moins fiable d'information. Nous travaillerons là-dessus! »

Catherine considère que cette formulation porte à croire que le [Revue] obtient des résultats modestes. Or, cet outil se classe au deuxième rang des sources d'information privilégiées par les employés. De plus, la section sur l'intranet devrait être retravaillée afin de souligner qu'il s'agit de problèmes techniques et de mise à jour des données, deux situations qui ne relèvent pas directement de son équipe.

Marie-Eve étant en vacances cette semaine, et étant le rédacteur en chef, elle demande à Philippe de retravailler le texte d'Marie-Eve. Ils doivent se voir demain pour une dernière révision du texte.

-----Message d'origine-----

De : Philippe

Envoyé : Le mercredi 5 mars 2008, 15 h 35

À : Mona

Objet : [Revue] - Article sur l'Action culturelle, pour commentaires

Pièce jointe : Action culturelle

Bonjour Denise,

Tel que discuté, voici la première ébauche de l'article sur l'Action culturelle, pour le [Revue].
Peux-tu me faire part de tes premiers commentaires en attendant le retour de Françoise.

Merci,
Philippe

Mercredi 5 mars, 15 h 45

Rencontre informelle entre Philippe et Marc-André

Marc-André informe Philippe qu'il a reçu les modifications de Jean Guibert pour son article sur le marketing au Japon et qu'elles sont nombreuses. Il doit le retravailler et le renvoyer pour approbation.

-----Message d'origine-----

De : Mona

Envoyé : Le mercredi 5 mars 2008, 16 h 11

À : Philippe

Objet : RE: [Revue] - Article sur l'Action culturelle, pour commentaires

J'aime bien ;-)

Il faudrait toutefois équilibrer les "statistiques" entre celles de Montréal et Vegas.

Aussi, j'aimerais qu'on évite de parler de remboursement des billets, question de termes, mais je ne veux pas ouvrir une boîte de Pandore...

Sinon ;-)

J'en ai même appris moi-même sur Françoise !

Mona

-----Message d'origine-----

De : Martine-Andrée

Envoyé : Le mercredi 5 mars 2008, 16 h 22

À : Celine

Objet : RE: Texte de Julien

Myriam,

Je viens de parler à Julien – Tout va super bien à Valence avec la préparation de l'événement mais les journées sont courtes et très remplies. Je sais que tu souhaitais recevoir les commentaires de Julien aujourd'hui... Peux-tu me dire quel est ton échéance véritable car Julien aimerait bien prendre quelques jours encore et tenter de trouver un temps de libre (samedi est-ce trop tard ?)

On s'est laissé au tél et il me disait que peut-être ce soir ou cette nuit il regarderait cela....mais sincèrement je ne crois pas que cela sera possible.
Demain les trois gars seront en casting avec une quarantaine d'échassiers... il souhaite y prendre des photos qu'il pourrait aussi nous transmettre.

A+
Martine-Andrée

-----Message d'origine-----

De : Martine-Andrée
Envoyé : Le mercredi 5 mars 2008, 16 h 39
À : Philippe; Annie
Objet : TR : RE: Texte de Julien

Bonjour à vous deux,

Je vous fais suivre ce courriel en l'absence de Myriam. Dites-moi si vous pouvez m'aider. Myriam avait fait une entrevue avec Julien au sujet du projet Saragoza. Elle lui a transmis un texte pour lequel elle attendait aujourd'hui selon notre dernier courriel les commentaires de Julien. Son outlook indique qu'elle est absente du bureau cette semaine. Y-a-t-il une échéance réelle cette semaine sinon je comprends que je peux dire à Julien que lundi prochain, au retour de Myriam ce sera ok ?

Salutations,
Martine-Andrée

-----Message d'origine-----

De : Celine
Envoyé : Le jeudi 6 mars 2008, 8 h 01
À : Martine-Andrée
Objet : RE : RE: Texte de Julien

Bonjour Martine-Andrée,

En principe, mon échéance était hier, mais j'ai "négocié" pour le début de la semaine prochaine. Si Julien peut m'envoyer le texte en fin de semaine, j'y jeterai un coup d'oeil et je l'enverrai en traduction. J'ai hâte de voir les photos!

Merci pour ton aide et salue bien Julien de ma part.

Bonne journée, Myriam

De: Tom
Date: Le jeudi 6 mars 2008, 8 h 16

À: Murray, Maryse

Objet : RE :

Tes ajouts sont très pertinents. Je trouve que ça personnalise beaucoup le texte, ça te ressemble plus encore que le texte original.

Le texte final est parti en traduction ce matin.

Merci de ta collaboration.

Tom

PS : [Autre sujet]

Merci

Tom

De: Martine-Andrée

Date: Le jeudi 6 mars 2008, 8 h 26

À: Celine

Objet : RE : RE: Texte de Julien

Super Merci !

Martine-Andrée

-----Message d'origine-----

De : Celine

Envoyé : Le jeudi 6 mars 2008, 8 h 28

À : Philippe

Objet : TR : RE: Texte de Julien

Pour ton info... je n'ai pas vraiment négocié... mais je me dis que j'ai un bon éditeur :)

-----Message d'origine-----

De : Philippe

Envoyé : Le jeudi 6 mars 2008, 9 h 01

À : Martine-Andrée; Annie

Objet : RE : RE: Texte de Julien

Bonjour Martine-Andrée,

La date de tombée était hier. Si Julien a besoin de plus de temps, nous pouvons étendre jusqu'à demain (vendredi 7 mars) à midi.

Vous pouvez faire le suivi avec moi en l'absence de Myriam.

Merci,

Philippe

-----Message d'origine-----

De : Martine-Andrée

Envoyé : Le jeudi 6 mars 2008, 9 h 14

À : Philippe

Objet : TR : RE: Texte de Julien

Merci Phillippe pour ta réponse. J'ai déjà transmis le courriel de Myriam à Julien. L'échéance de vendredi ne semblait pas plus probable pour Julien à moins qu'il est décidé de travailler de nuit !

On devrait donc recevoir ses commentaires et photos durant le weekend.

Salutations,
Martine-Andrée

Le jeudi 6 mars, 12 h 50

Rencontre entre Philippe et Karine, par hasard, à l'entrée du [Compagnie]

Karine informe Philippe que Maryse désire qu'il retravaille personnellement son texte de nomination. Karine lui fera parvenir un peu plus tard le texte avec les modifications de Maryse. Elle aimerait que Philippe y porte une attention particulière.

-----Message d'origine-----

De : Karine

Envoyé : Le jeudi 6 mars 2008, 13 h 23

À : Philippe

Objet : TR :

Pièce jointe : Texte nomination Maryse

Voici le texte avec nos modifications!
Karine

-----Message d'origine-----

De : Marc-André

Envoyé : Le jeudi 6 mars 200, 14 h 47

À : Ted

Objet : [Revue] article

Importance : Haute

Bonjour Ted,

Here is a few days late (sorry for this) the text I wrote following our interview. As you'll note, for space purposes, I had to make some heartbreaking choices and that explains why some things we discussed are not mentioned in the article. Anyway, don't hesitate to give me your comments on it. If possible, I would need them by the end of the day tomorrow.

Hope it suits you.

Merci encore d'avoir répondu à mes questions,
Marc-André

-----Message d'origine-----

De : Philippe

Envoyé : Le jeudi 6 mars 2008, 17 h 43

À : Karine

Objet : RE : Maryse

Importance : Haute

Pièce jointe : Texte Nomination Maryse

Salut Caro,

N'ayant pas parlé à Maryse à ce sujet, et n'ayant pas eu ses commentaires, il m'est difficile de bien cerner l'essence de son propos. J'espère que cette proposition lui conviendra.
Fais-moi signe demain matin si vous voulez qu'on le retravaille à nouveau.

Bonne soirée.

Philippe

-----Message d'origine-----

De : Cecile

Envoyé : Le jeudi 6 mars 2008, 19 h 21

À : Christiane

Objet : Article sur la magie

Bonjour Christiane,

Comme convenu, voici l'article dont nous nous sommes parlé.

N'hésite pas à me laisser savoir si tu voudrais y changer quoique ce soit.

Et encore une fois, merci pour ton temps.

Lucie

-----Message d'origine-----

Subject: RE : Article sur la magie

Date: Le jeudi 6 mars 2008, 22 h 55

From: Christiane

To: Cecile

Chère Lucie

Je vois que tu n'as rien perdu de ton talent et que tu as toujours une aussi belle plume.

Je n'ai rien à redire sur ton texte, je l'ai lu avec beaucoup d'intérêt. Le ton est parfait, le contenu captivant, le résumé succin mais complet, les titres accrocheurs et *La Magie mode d'emploi* très éclairante.

Bravo. J'ai même demandé à Serge de le lire et il a également beaucoup aimé.

Ne change pas une virgule, c'est du gâteau

A très bientôt

Christiane

-----Message d'origine-----

De : Cecile

Envoyé : Le jeudi 6 mars 2008, 23 h 16
À : Philippe
Objet : Fwd: RE : Article sur la magie

Et voilà, j'ai l'approbation de Christiane et pas une modif!
et hop! la facture s'en vient bientôt :)

-----Message d'origine-----

De : Marc-André
Envoyé : Le vendredi 7 mars 2008, 9 h 27
À : Jean
Objet : RE : Article - Marketing Production 02

Bonjour Jean,

Tel que convenu, voici le texte modifié selon tes corrections et les points que nous avons discutés hier.

Dis-moi si le tout te convient.

Bon week-end,

Marc-André

-----Message d'origine-----

De : Jean
Envoyé : Le vendredi 7 mars 2008, 11 h 13
À : Marc-André
Objet : RE : Article - Marketing Production 02

Voilà mes dernières modifications.

Jean

-----Original Message-----

From: Karine
Sent: Le vendredi 7 mars 2008, 14 h 27
To: Maryse
Subject: TR : Maryse
Importance: High

Maryse,
Voici une version révisée par Philippe.
Dis-moi ce que tu en penses.
Karine

-----Message d'origine-----

De : Maryse
Envoyé : Le vendredi 7 mars 2008, 15 h 17

À : Karine
Cc : Philippe
Objet : RE: Maryse

This is great.

Merci
Maryse

-----Message d'origine-----

De : Julien
Envoyé : Le dimanche 9 mars 2008, 15 h 57
À : Celine
Objet : El despertar de la Serpiente

Salut beauté !!!

J'ai été en panne d'internet depuis plus de 15 jours... Mais le [Compagnie] et les TI ne nous facilitent pas la tâche quand nous sommes dans le trou du cul du monde.

IL EST TRES IMPORTANT DE CITER LES CREATEURS DE CE PROJET ET JE
COMPTE SUR TOI POUR QU'ILS APPARAISSENT DANS L'ARTICLE.

Julien

-----Message d'origine-----

De : Celine
Envoyé : Le lundi 10 mars 2008, 7 h 51
À : Philippe
Objet : TR : El despertar de la Serpiente

Salut Philippe,

Voici la révision de Julien et ses commentaires.

Qu'en dis-tu?
Myriam

-----Message d'origine-----

De : Philippe
Envoyé : Le lundi 10 mars 2008, 9 h 51
À : Françoise
Objet : Article pour approbation
Importance : Haute

Bonjour Françoise,

Voici l'article propose pour la prochaine édition du [Revue]. J'apprécierais si tu pouvais le relire et me faire parvenir, d'ici la fin de la journée, tes commentaires ou ton approbation.

Merci et désolé pour le court délai.
Philippe

-----Message d'origine-----

De : Françoise
Envoyé : Le lundi 10 mars 2008, 15 h 15
À : Philippe
Objet : RE : Article pour approbation

Bonjour Phillippe,

Voici ma version avec modifications. Merci beaucoup pour cette belle vitrine !

Françoise

-----Message d'origine-----

De : Ted
Envoyé : Le lundi 10 mars 2008, 15 h 41
À : Marc-André
Objet : RE: [Revue] article

Salut Marc-André!
It looks good. Here is the article with slight additions.
I will send some pics to you.
Ted

De: Marc-André
Date: Le lundi 10 mars 2008, 15 h 53
À: Philippe
Objet : [Revue] - Ted

Et voilà l'article sur Ted... Le visuel devrait bientôt.
Marc-André

-----Message d'origine-----

De : Philippe
Envoyé : Le mardi 11 mars 2008, 10 h 33
À : Marie-Eve
Objet : Article [Revue]

Salut Marie-Eve,
Est-ce que les modifications faites à ton article te conviennent?

Merci,
Philippe

Rencontre avec l'équipe graphique

Le mercredi 12 mars 2008, de 13 h 20 à 14 h

Philippe, Annie, Pierce, Charles et Julianna

1 **Pierce** [Pierce raccroche son téléphone cellulaire]. Bon, c'est juste qu'on a trois
2 nouveaux shows à lancer...

3 **Philippe** I know!

4 **Pierce** Le problème c'est surtout les concepts créatifs. Qu'est-ce qu'on fait? Mais on a
5 beaucoup de photos.

6 **Philippe** Génial!

7 **Pierce** Je vais sûrement aller en Asie. Parce que là y'a pas de scène. Moi, je ne peux
8 pas faire de photshoot si y'a pas de scène. Le monde, tsé, un photshoot ici
9 dans les ateliers, y'a personne qui va voir le lien avec ça pis ce qu'ils voient sur
10 la scène.

11 **Philippe** Allez hop! Le Revue? [...] Bon, d'abord, y'a un erratum qu'on doit placer. Y'a une
12 phrase qui a été mal traduite sur la petite Zoé dans la dernière édition. La famille
13 est pas contente, alors on va faire un petit erratum pour dire que la sœur d'Ella
14 ne joue pas dans le show mais qu'elle pratique les numéros musicaux dans
15 l'espoir, un jour, de faire un remplacement. Mais elle ne joue pas. Il paraît que ça
16 fait un drame en ce moment sur [Spectacle 04], alors on va s'excuser
17 publiquement.

18 **Pierce** [À lui-même, en chuchotant] What the fuck! Who cares?

19 **Philippe** Ensuite, on a un article sur Saragoza. (1,0) Ben, tiens, je vais vous distribuer les
20 feuilles de planification graphique, mais je n'ai rien placé. Je pense qu'on va
21 devoir faire un 16 page au lieu d'un 14 pages.

22 **Pierce** L'erratum est où?

23 **Philippe** Je l'ai rajouté à la main, j'ai oublié de vous le dire. On vient juste juste de
24 l'apprendre.

25 **Charles** Donc, ça ça va aller en page 2.

26 **Philippe** Oui, en page 2. Y'a toujours les crédits puis les informations écologiques quelque
27 part en bas.

28 **Pierce** Un erratum, y'en a toujours! [Rire de Pierce et Julianna]

29 **Philippe** C'est le deuxième seulement depuis que je travaille au... la compagnie que je ne
30 nommerai pas.

31 **Philippe** Bon, ce que je propose c'est qu'on passe à travers tous les articles, de quoi ça
32 parle et le nombre de mots puis on les place ensuite tous ensemble, ou je vous
33 renverrai la feuille après avec tous les éléments placés. (1,0) Donc, on a
34 Saragoza, ça parle des événements spéciaux. Et y'a toute le storyboard, Pierce.
35 Donc, on voulait l'utiliser parce que Myriam a préparé un texte, mais le concept
36 général c'est qu'on a aussi des vignettes qui vont avec chacune des étapes du
37 défilé. Donc, c'est en 1 000 mots, donc ça va prendre deux pages. On pourrait le
38 placer en 4 et 5, en attendant.

39 **Pierce** Okay.

40 **Philippe** Donc, y'aurait la vignette du storyboard à placer quelque part.

41 **Pierce** Tu veux placer tout le storyboard?

42 **Philippe** Y'a 4 ou 5 étapes. Ben (0,2), la diviser en cinq moments clés je pense. Je pense
43 qu'il va falloir couper un peu parce qu'elle est trèèèèèèèèè longue.

44 **Pierce** C'est ça que j'allais te dire. Tu rentres pas tout ça. Si c'est trop petit, Philippe,
45 moi je propose qu'on est mieux de choisir quelques images pis de les mettre
46 plutôt que tout mettre, pis tout est petit.

47 **Philippe** Oui, je suis d'accord. Mais je pense que c'est cinq moments clés qu'elle a choisi.

48 **Pierce** Good.

49 **Philippe** Hum... (0,2) Ensuite, on a un article de 1 600 mots...

50 **Charles** Rien de moins.

51 **Philippe** ... passionnant sur l'histoire de la magie. Bon, en théorie, 800 mots, on est
52 capable de les rentrer sur une page, mais là ça va faire beaucoup. On es-tu
53 mieux de le mettre sur trois pages, ou... (0,2)?

54 **Pierce** Ben... (0,5) là c'est que je vois l'article que t'as après : « Sur le divan, Magicien
55 américain »...

56 **Philippe** Il est surligné parce que je ne l'utiliserai sûrement pas. On voulait faire un
57 complément à, mais on a déjà diffusé cette information là dans le [Bulletin
58 électronique hebdomadaire], je ne veux pas être redondant, même si on a réécrit
59 l'article, ça demeure la même information. Je trouve que c'est pas pertinent de
60 revenir deux mois plus tard avec la même chose. Je l'avais mis en réserve, mais
61 je ne l'utiliserai pas.

62 **Pierce** C'est que si tu veux faire un lien avec le show, pour parler de la magie, [magicien
63 américain] c'est naturel. (2,0)

64 **Philippe** Oui, oui. C'est pour ça qu'on voulait les mettre ensemble.

65 **Pierce** Si on le met sur trois pages, on pourrait lui donner...

66 **Julianna** ...lui donner un quart sur lui...

67 **Pierce** ... faire un pouf! Ce serait une façon, parce qu'on a déjà parlé de lui?

68 **Philippe** Un peu. (1,0) Ce qu'on pourrait faire, parce qu'à la fin de l'article, y'a un encadré
69 sur Houdini, un des plus grands magiciens, on pourrait en ajouter un court sur
70 [magicien américain]. C'est quoi son background, d'où il vient, qu'est-ce qui le
71 différencie et pourquoi il est considéré comme le plus grand magicien en ce
72 moment. Montrer les deux, je ne sais pas si on a le temps...

73 **Annie** Pourquoi tu me regardes?

74 **Philippe** Ben, pour que tu puisses me rappeler de le faire. Donc, on le ferait sur trois
75 pages.

76 **Pierce** C'est que ça te donne une raison. Sinon, pourquoi on aurait un article sur la
77 magie si y'a pas un lien avec notre nouveau show?

78 **Philippe** Ben, le but c'est qu'on peut pas parler du show en tant que tel, donc on veut le
79 contextualiser. Le [entreprise] on n'a jamais fait de magie, donc si on débarque
80 là-dedans, faut savoir on arrive où. L'article a été fait où on part des débuts pis on
81 arrive jusqu'à l'aire [magicien américain]. Parce qu'en ce moment, c'est vraiment
82 le plus grand magicien.

83 **Charles** Donc on le fait en 6, 7 et 8?

84 **Philippe** Heu... (1,0) tu-tu-tu... hum (1,0) C'est que j'aurais peut-être voulu... (1,5) Ça fait
85 deux gros articles qui se suivent. On a quatre gros articles ce mois-ci. Les autres
86 sont beaucoup plus petits.

87 **Pierce** On peut faire un deux pages, et ensuite deux une pages séparées.

88 **Julianna** C'est ça, donc on a 4-5, 8-9 puis 12-13-14. Pis on ajoute peut-être deux pages.

89 **Pierce** C'est ça.

90 **Philippe** Donc, 8 et 9 seraient La croisée des chemins et...

91 **Julianna** 12-13-14 seraient l'histoire de la magie.
92 (6,0)

93 **Pierce** Je ne sais pas s'ils te l'ont dit quand j'étais au téléphone, mais c'est Julianna qui
94 va faire le montage ce mois-ci du Main à Main. J'ai demandé à Charles de venir
95 aussi en support, puisque Julianna est nouvelle, mais c'est vraiment elle qui va le
96 faire. Comme Charles l'a fait souvent et que je suis souvent à l'extérieur, Charles
97 va l'aider, mais c'est Julianna

98 **Philippe** Excellent. Tu vas voir que c'est le dossier le plus l'fun au [entreprise], tu ne
99 voudras plus jamais rien monter d'autre! [Rires] (3,0) Y'a aussi la nomination de
100 Maryse.

101 **Pierce** Quelqu'un de son équipe?

102 **Philippe** Non, juste elle.

103 **Pierce** J'ai reçu un texte, pour une nomination dans son équipe.

104 **Philippe** Non, dans le Main à Main on met juste les VP et les VPP.

105 **Pierce** Wow, elle est rendue VP. Sous Richard.

106 **Annie** Oui.

107 **Pierce** C'est la seule sous Richard?
 108 **Annie** Oui, pour l'instant, c'est la seule.
 109 **Pierce** Ça c'est passé la semaine passée?
 110 **Philippe** Une semaine ou deux. Oui, deux semaines au moins.
 111 **Charles** Est-ce qu'on a un mot de [Président] et [Propriétaire de la compagnie] en 3?
 112 **Philippe** Non, pas cette fois-ci. Ça c'est juste pour les premiers numéros de l'année qu'on
 113 fait ça. En 3, on pourrait mettre... (1,0) Résultats du sondage des
 114 communications internes. Ça pourrait empiéter sur la page 2, au dessus de
 115 l'erratum aussi. Pierce, tu vas voir, on a un graphique qui illustre le sondage,
 116 donc on pourrait utiliser cet espace là. (3,0) Ensuite, « Ouverture sur l'Asie ». On
 117 pourrait le mettre en 7, à côté de Maryse. 500 mots, ça entre?
 118 **Pierce** Ça c'est avec qui?
 119 **Philippe** Ben quoi que y'a beaucoup de visuel. C'est l'entrevue avec Paul sur la nouvelle
 120 stratégie de marketing au Japon.
 121 **Charles** Tu dis qu'y'a beaucoup de visuel?
 122 **Philippe** Ben j'ai vu qu'il y avait l'image du soleil avec tous les personnes...
 123 **Pierce** Oh, c'est tellement laiiiid! [Rires] Ça a été fait par [partenaire japonais]...
 124 **Philippe** Je croyais que c'était fait par vous?
 125 **Pierce** NON! C'est épouvantable. Nous on a essayé de les aider, mais ils sont vraiment
 126 dans un tout autre monde. Ils ont mis plein de photos ensembles pour faire un
 127 soleil, mais c'est laid! Y'a tout...
 128 **Charles** Mais le design japonais c'est parfois très épuré.
 129 **Pierce** Épuré?
 130 **Charles** Des fois! Y'en a.
 131 **Pierce** J'en ai jamais vu. Mais tu vas voir, c'est vraiment too much! (1,0) Enfin, on mettra
 132 pas la photo de Paul.
 133 **Philippe** Non. On l'a déjà vu, pis assez gros.
 134 **Pierce** C'est ça que j'allais dire. Il avait une plus grosse photo que [Propriétaire de la
 135 compagnie].
 136 **Philippe** Ce que je ferais, page 6, on avait dit « E ». Page 7, je mettrais « I », l'ouverture
 137 sur l'Asie. Parce que je viens de réaliser qu'on a pas tant de visuel que ça.
 138 **Pierce** Non.
 139 **Philippe** Pis tu veux pas le jouer gros?
 140 **Pierce** Nooooo! Tout ce qu'ils ont fait, ils ont fait une campagne qui est générique
 141 jusqu'à ce qu'ils aient un vrai visuel. Celui de [Production 01] était très très beau.
 142 **Philippe** On va donc le jouer plus petit. (1,0) Ensuite, on aurait donc 8 et 9 qui est *La*
 143 *croisée des chemins*. (1,5) En 10, je mettrais Action culturelle, 10 et 11. (1,0)
 144 C'est une entrevue avec Françoise, elle parle notamment de Besner, le peintre,
 145 et de leur action.
 146 **Pierce** Avez-vous une photo?
 147 **Philippe** Moi j'ai pas de photo du tableau de Besner, mais si vous en avez une, ce serait
 148 l'un de la placer quelque part.
 149 **Pierce** Non.
 150 **Philippe** Je vais demander à Françoise. (1,0) 12-13-14, on aurait l'histoire de la magie.
 151 Pour ce qui est des visuels de ça, au Centre de doc, je vais aller vous sortir les
 152 livres. Y paraît qu'on a beaucoup de livre qui présentent des vieilles affiches de
 153 spectacles, et... (1,0) est-ce qu'on a des visuels de [magicien américain]?
 154 **Pierce** Je vais demander à Marie-Eve.
 155 **Julianna** À la limite son logo?
 156 **Pierce** I don't want to do too much publicity for him. Tsé, je veux dire...
 157 **Charles** C'est le Revue.
 158 **Piere** Je vais demander à Marie-Eve.
 159 **Philippe** Sinon je peux vous envoyer des photos de « Sur le divan », mais c'est pas
 160 génial. L'éclairage et l'angle ne sont pas bons.
 161 **Pierce** Envoi nous ce que tu as.
 162 **Philippe** Hum... (1,0)

163 **Julianna** Et on ajoute deux pages.
164 **Philippe** On ajoute deux pages. Savais-tu que c'est le même prix? 16 pages ou 14, c'est
165 le même prix.
166 **Julianna** Parce que vous êtes sur une plateforme de 8.
167 **Philippe** Oui, si je coupe deux pages, c'est le même prix à l'impression. (1,0) Donc, en 15
168 je mettrais « M », le processus de création d'un costume.
169 **Annie** Là je vous montre. C'est que, plutôt que d'être un texte long, long, long qui
170 explique c'est quoi les costumes. J'ai pris plein de photos et j'ai écrit un texte
171 avec ça. Là, y'a des photos là-dessus mais j'ai fait une présélection pour chaque
172 étape. Vous choisirez laquelle vous préférez. J'ai aussi fait des photos de
173 texture, lacets, souliers. Donc, y'a... heu... (1,0)
174 **Julianna** C'est sélection se trouvent où?
175 **Annie** Je vais vous faire parvenir tout ça sur un CD parce que c'est lourd.
176 **Philippe** Pour chaque étape, je pense que vous avez trois choix de photo. Et le texte se
177 place avec les images. C'est un peu comme un photo-roman, ou un style BD. Le
178 but c'était de montrer toutes les étapes de création d'un soulier pour qu'ils
179 comprennent, la commande était là, que plusieurs personnes travaillent sur leurs
180 souliers et leur dire subtilement de faire attention.
181 **Pierce** Philippe, est-ce que vous saviez qu'ils sont en train de travailler sur un livre sur
182 les costumes?
183 **Philippe** Pour le 25^e, oui.
184 **Annie** Pour le 25^e.
185 **Philippe** Avez-vous des photos?
186 **Pierce** Non.
187 **Annie** C'est pour ça qu'ils m'ont dit de venir prendre des photos. Donc, c'est vraiment le
188 « Étape par étape » du p'ti-monsieur en train de couper puis de monter la
189 chaussure.
190 **Pierce** [Pierce parle du livre pour le 25^e]
191 **Philippe** Finalement, il y aurait « K », qui est le portrait. C'est sur Ted, à Vegas. L'ancien
192 ACM de Spectacle 10 qui est rendu responsable du Tapis rouge pour Vegas. On
193 a... (0,2) je pense qu'on a des photos de lui que je vais vous envoyer.
194 **Charles** Est-ce que vous voulez vraiment le mettre en centerfold?
195 **Philippe** Le portrait, habituellement, on le met là, mais si tu as d'autres propositions. (1,0)
196 Ben là, je voyais que ça faisait H, N et C, trois longs textes qui se suivaient. Pour
197 couper, je déplacerais peut-être le M.
198 **Pierce** Mais là ça nous ramène à qu'est-ce qu'on fait pour le cover?
199 **Philippe** Ah! (3,0) Je t'écoute. [Rires]
200 **Pierce** Philippe!
201 **Philippe** Ce numéro-là on a pas de thématique.
202 **Charles** C'est ce que j'allais dire.
203 **Philippe** C'est un test qu'on faisait et je dois dire qu'on a reçu plusieurs très bons
204 commentaires. Mais en même temps, on ne peut pas le faire trop souvent. Y'a
205 des informations à passer, et ce format là ne le permet pas facilement. Mais on
206 compte le refaire une fois ou deux par année... environ. Parce qu'on ne peut pas
207 faire que ça, (0,2) et on ne veut pas!
208 **Pierce** C'est bon, je crois que c'est la meilleure façon, parce que tu ne peux pas tout le
209 temps avec des thématiques. (1,0) Okay, qu'est-ce qu'on fait?
210 **Philippe** Hummm... (2,0) Mmm, mmm. (3,0) On as-tu des photos d'un personnage qui a
211 rapport avec des souliers?
212 **Pierce** C'est ça. Ce qu'on pourrait faire, c'est utiliser les photos écoeurantes qu'on a de
213 close-up des costumes. On pourrait juste faire des close-up, parce qu'on a
214 jamais vraiment donné l'importance aux costumes. Qu'est-ce que t'en penses?
215 **Charles** Oui.
216 **Philippe** Mais ceux de [Spectacle 01] on les a vu beaucoup...
217 **Pierce** Oui, c'est un exemple, mais on peut le refaire avec d'autres images. Françoise
218 m'expliquait qu'à chaque deux ans, ils font un photoshoot ce close-up des

219 costumes pour la documentation des costumes. Mais les close-up, on pourrait
 220 peut-être voir ce qu'on a. On pourrait peut-être faire [Spectacle 07]. Aller
 221 chercher deux costumes vraiment différents. Mais est-ce qu'on parle d'un
 222 numéro en particulier?

223 **Philippe** Ben non, c'est ça que je regardais pis on ne parle d'aucun show sauf [Production
 224 03]. Est-ce qu'on a déjà des images de ce show-là?

225 **Pierce** Non, y'a pas vraiment rien. Mais le concept peut être vraiment l'fun.

226 **Philippe** Sinon, Ted qui est un ancien employé de [Spectacle 10]...

227 **Pierce** C'est quand la dernière fois qu'ils ont été sur le cover?

228 **Philippe** Heu... (1,0) c'est l'an dernier, t'as raison. Ça fait quand même 5 ou 6 numéros.
 229 (3,0)

230 **Pierce** Okay. Je vais demander à Françoise. Y'a peut-être des photos qu'elle peut me
 231 passer qui sont intéressantes.

232 **Charles** Pour le personnage détourné?

233 **Pierce** Ben, on pourrait peut-être utiliser le même personnage que pour la texture, mais
 234 le jouer sur l'autre cover.

235 **Charles** Oui, c'est bon.
 236 (1,0)

237 **Pierce** Je vais premièrement voir la sélection de personnages détournés qu'on a et je
 238 vais voir ensuite avec Françoise si on a des close-up qui correspondent.

239 **Philippe** Faudrait dans l'image détournée qu'on voit bien le soulier, l'article est quand
 240 même là-dessus.

241 **Pierce** Oui, souvent on le voit. (1,0) Tsé, pourquoi pas [Spectacle 05]! Ça fait longtemps
 242 qu'on ne les a pas vu et la texture est magnifique. Ça c'est vraiment intéressant.

243 **Charles** Les pantalons en gazon...

244 **Philippe** Moi je suis vendu. Tant qu'on voit le travail qui est fait sur les souliers et le
 245 costume.

246 **Pierce** Good.

247 **Philippe** Parfait. Ben merci. Je vous envoie les textes d'ici la fin de la semaine et j'irai vous
 248 porter les visuels sur une clé USB.

249 **Pierce** Excellent.

250 **Charles** Merci.

251 **Julianna** Merci.

-----Message d'origine-----

De : Philippe

Envoyé : Le jeudi 13 mars 2008, 10 h 20

À : Lucie

Objet : Infos sur [magicien américain]

Salut Lucie,

Dans le cadre de ton article sur [magicien américain], as-tu trouvé du matériel qui nous permettrait de faire un court encadré sur lui ? Nous aimerions compléter ton article sur la magie avec quelques infos sur lui (d'où il vient, son expérience, son inspiration, etc.)

150-200 mots max.

Reviens-moi dès que possible. Merci.

Le vendredi 14 mars 2008, 10 h

Discussion téléphonique entre Philippe et Françoise

Françoise contacte philippe pour lui parler de l'article. Elle lui mentionne qu'elle a parlé à Pierce qui lui a demandé du visuel pour le cover du Main à Main. Elle demande si on pourrait ajouter un paragraphe pour mentionner que son équipe travaille à confectionner un livre souvenir sur les costumes pour le 25^e anniversaire et qu'ils contacteront bientôt certains employés à ce sujet. Philippe lui demande si quelqu'un de son équipe peut rédiger l'article puisque personne dans la sienne n'a le temps. Elle accepte. Il est également convenu qu'une nouvelle photo de l'équipe de Françoise sera prise pour accompagner l'article.

-----Message d'origine-----

De : Cecile

Envoyé : Le dimanche 16 mars 2008, 11 h 39

À : Philippe

Objet : Re: Infos sur [magicien américain]

Salut Philippe,

Voici ce que je peux faire de mieux en 200 mots. J'imagine qu'il y aura d'autres portraits dans le futur pour compléter parce que c'est quand même un peu mince. J'ai essayé de rester dans le même esprit que le reste de l'article.

Pour le titre, "are you ready" c'est comme ça qu'il commence tous ses shows. Il faudrait donc ne pas le traduire en français. Je pense que c'est assez fameux pour que les gens comprennent. Sinon il faudrait carrément le changer.

On se parle bientôt

Lucie

-----Message d'origine-----

De : Julianna

Envoyé : Le jeudi 20 mars 2008, 16 h 21

À : Philippe

Cc : Pierce

Objet : [Revue]

Bonjour Philippe,

J'ai placé tout le texte et je voulais te donner un petit compte rendu de l'information qui me manque, donc, voici quels que petites questions pour toi:

- A: Expo Zaragoza 2008: Le dossier des photos que tu m'as fourni été vide.
- Il me manque le texte ERRATUM pour le page 2
- E: Nomination Maryse: Est-ce qu'il y'a une ou des photos pour cet article?
- K: Plonger dans l'expérience Tapis Rouge: Est-ce qu'il y'a d'autres photos ou juste celle de Ted?
- I: Japon: Est-ce qu'on peut l'avoir en plus gros format?
- G: Sondage: À la fin du texte on retrouve une note qui dit: À insérer: Visuelles développés lors de la campagne??? Le seul visuel que j'ai c'est celui de la carte géographique du monde.

J'attends avoir de tes nouvelles, merci beaucoup!

Bonne journée,
Julianna

ANNEXE C – QUESTIONNAIRE ET TRANSCRIPTIONS D'ENTREVUES SEMI-DIRIGÉES

Entrevues semi-dirigées

Le vendredi 7 mars 2008, de 15 h à 15 h 15

Tom

Philippe

Peux-tu me décrire ton travail au [entreprise]?

Tom

Je suis le conseiller en communication pour les spectacles de tournée et pour la fondation La goutte. Pour les tournées, je m'occupe donc principalement de conseiller l'équipe de la division des tournées et de développer un lien avec nos différents spectacles en tournée. Y'a beaucoup de rédaction, formelle mais informelle, informelle mais corpo, pis y'a aussi (0,5), aussi le contact avec les AGM des tournées. En gros, (0,2), c'est ça.

Philippe

Peux-tu me décrire comment s'est fait le choix de l'article sur Maryse, dans le Main à Main d'avril?

Tom

Le choix de cet article... c'était surtout lié au contexte là... (1,0) Moi je savais qu'il allait y avoir une nomination importante au [entreprise] et... (0,5) et heu... (0,5) heu... Maryse qui devient vice-présidente. Et habituellement, la pratique heu... (0,2) du [entreprise] dans ce contexte là c'est de position ses VP dans heu... (0,5) dans un de nos outils. Dans ce cas là c'est le Main à Main, heu... (0,2) on fait aussi le [Bulletin électronique hebdomadaire] mais là c'est le Main à Main. (1,0) Le but de tout ça là, heu... (0,2) c'était de faire connaître dans le fond ces gens-là au reste de l'entreprise parce que c'est un outil qui est worldwide, (0,5) pis qui permet à des gens qui sont, qui sont à Melbourne, qui sont à heu... (0,2) Amsterdam, qui sont à sur les tournées ou à Vegas de, heu... (0,2) de, de, de voir et de (0,2) de lire sur des gens qui vont avoir un impact sur leur futur aussi (0,2) parce que c'est des vice-président, ils ont un rôle important et cetera, et cetera, heu... (1,5). Donc j'ai fait, j'ai soumis cette possibilité là et pis ça marchait aussi avec le contenu qu'on avait prévu pour le Main à Main, y'avait de l'espace, le timing était bon, heu... (0,2) bon, donc, c'est comme ça que j'ai choisi l'article.

(3,0)

Philippe

Peux-tu me décrire ton processus pour la rédaction?

(1,0)

Tom

Ben, (0,5) pour la rédaction, heu, la première chose que... (2,0) que je fais, heu (0,5) c'est que je valide, j'ai validé avec Maryse, à savoir si elle était d'accord qu'on aille de l'avant avec ça, en précisant que c'est une pratique de l'organisation de, de, de procéder de la sorte, donc de donner de la visibilité dans le Main à Main, (0,5) donc une fois qu'elle m'a dit « okay », heu, on a booké ensemble un meeting téléphonique parce que Maryse était en déplacement. Était à Shanghai. Donc booké un meeting téléphonique. Moé je me suis préparé de mon côté, je pense que je m'étais préparé quatre ou cinq questions avec des sous-questions qui allaient diriger mon entrevue. Pis c'est à partir de ces questions que j'ai pu bâtir mon texte. Donc je me suis fié sur des anciens articles du Main à Main, notamment, qui me permettait de voir que y'a certains, certains (0,5) certains contenus qui sont, qui sont traditionnellement présenté quand on parle d'une nomination donc, heu (1,0) j'ai fonctionné de cette façon là. Fa-ke, (2,5) une fois que ça ça été faite, heu, on a pas réussi à se parler les premières fois donc j'ai dû me rendre disponible une journée subséquente sur l'heure du midi. Faut être super disponible quand on prépare un article comme ça parce que ça peut ne pas se dérouler comme on pensait. C'est sur qu'idéalement c'est d'es rencontrer face à face mais plus on monte dans l'organisation plus on se rend compte que c'est gens là sont de moins en moins disponibles. Mais nous, pour écrire quelque chose de censé, faut avoir de plus en plus d'information plus on monte, donc y'a comme un... (2,0), de distance entre ce qu'on a de besoin

pis ce qu'eux peuvent nous offrir. Fa-ke, heu... (1,0), c'est ça, là j'ai passé l'entrevue par téléphone, j'ai ramassé les questions, là je lui ai proposé de rédiger une première version de l'article, parce que là vu que c'est une entrevue qui est basée sur la personne, sur ses expériences personnelles, c'est très sensible, tu veux pas non plus écrire n'importe quoi, heu... (1,0) quand c'est un sujet plus vaste, c'est plus facile de rédiger comme tu peuses, heu... (1,5) pis que ça a pas d'importance, d'impact sur le monde, mais là ça en a un, donc, heu... (0,5) je l'ai invité à me faire part de ses commentaires, heuuuuu... (2,0) sur l'article. Heuuuuuuu... (2,0), ce qu'elle a fait, heuuuuu (1,5) elle a amélioré de beaucoup le, je trouve la couleur de l'article, le ton de l'article parce qu'elle a personnalisé certaines citations que j'avais composé pour elle. Elle a ré enligné aussi certains fait, que, heu... (1,0) que j'avais cru comprendre par téléphone, mais des fois c'est une question de date, c'est une expérience de travail passé qu'elle m'avait dit qu'elle avait eu, mais finalement c'est pas ça, c'est une autre affaire, heu... (0,5), elle a clarifié toute les petites coquilles, les petites affaires. Et puis, (0,5) une fois que ça ça l'a été faite, heu... (0,5), le processus après ça ça a été de heu... (1,0) deeeeeeeee (0,5), de l'envoyer en traduction (1,0) pis là de [le faire parvenir à Philippe].

(1,5)

Philippe

Heu... (0,5), dans ton processus, comment tes choix rédactionnels sont-ils guidés?

Tom

Heu...

Philippe

... Comment prends-tu tes décisions?

Tom

Comme je l'ai mentionné précédemment, c'est sûr que moi je vais toujours voir ce qui c'est fait avant. Pas pour, heu... (1,0) pas pour heu... (0,5) reproduire ce qui c'est fait avant, mais juste pour voir (1,0) un ti-peu, pour qu'y aille de la continuité avec heu (0,5) avec le ton ou avec les pratiques de l'organisation. Vu que chu nouveau ici, c'est uuuun (0,5), un double défi parce que toutte est une première fois, donc chu en train de vivre mes premières fois pour toutte au [entreprise]. Fa-ke ça s'en était une, heu... (1,0). Fa-ke je me suis fié sur ce qui avait été écrit, j'ai établie, en gros, ce qui en était, j'ai fait une structure d'entrevue (1,5), et puis, mais y'a certains moments que même avec la structure d'entrevue je me laisse à écrire instinctivement, hum... (2,5) parce que quand tu veux donner un côté plus humain, ben souvent la structure te rend très cartésien, très, heu... (0,5) pis là tu rédiges en fonction de ça pis là ben on oublie à qui on s'adresse. (1,0) Fa-ke quand j'écris, je me pose toujours la question « who cares ? », (3,0), parce que je me dis que si le lecteur prend mon texte pis se dit « okay, c'est ben beau, oui, 'est vice-présidente », mais qu'il apprend rien (1,0), c'est que j'ai échoué. Fa-ke, le but dans tout ça, c'est sûr qu'on, on peut essayer toute sorte d'affaire, mais le but dans tout ça c'est que (0,5), d'écrire du stock pertinent (1,5), qui donne du sens pis vulgariser dans notre cas parce que ça s'adresse à un publique qui est très très varié (0,5) au [entreprise].

Philippe

Tantôt tu me disais : « Au [entreprise], on est formel, mais informel. On est informel mais corpo... ». Comment tu... (0,5). Pourrais-tu élaborer un peu là-dessus?

Tom

Moi je pense que la meilleure exemple, (0,5) la meilleure illustration de ça c'est le « tu » (0,5) utilisé par [Propriétaire de la compagnie]. Ça met même un certain (0,2) inconfort. Au niveau de ma rédaction, c'est un peu inconfortable parce que, ça te déstabilise complètement, parce qu'on traite de sujet super corpo, (0,5) mais de façon informel. Fa-ke, (1,0) ça te met, ça te déstabilise. Quand t'es habitué d'écrire du stock corpo, c'est que t'écris du corpo pour du monde qui comprennent le corpo, là ce qu'on veut faire, c'est vulgariser le corpo pour l'ensemble des gens du [entreprise]. Fa-ke, c'est un peu ça que je dis : « informel mais corpo ». Mais ça n'enlève pas quand même à la justesse de l'information, ça n'enlève pas à, à, à la qualité de l'écriture, à la qualité de la rédaction, à la pertinence des propos. Ça, ça n'empêche absolument rien. Fa-ke, pour le

- rédaction, c'est un double défi, heu (1,0), disons, de rédiger dans ce contexte là. (1,0)
- Philippe** Tu le définirais comment (0,2), le ton du [entreprise]?
- Tom** Le ton du [entreprise] là... (0,5), dépendamment des sujets. Okay?
Dépendamment d'à qui on s'adresse. Quand on s'adresse, par exemple, aux cadres du [entreprise], (1,5) on peut se permettre d'avoir un ton un peu plus heu... (2,5) un peu plus (1,0) formel, (0,5) corpo heu. Tsé, pis, moins de couleurs dans les textes. On peut se permettre de relaxer en parlant de passion, pis de dynamisme, pis ci pis ça. Mais quand on s'adresse dans nos outils, parce que moi je parle plus... (1,5) Y'a un ton pour nos outils, genre « Avis de nomination », « Notes de service », heu. Y'a un ton pour ça, pis y'a un ton pour nos médias. Pis nos médias, le ton ton est beaucoup plus coloré. Donc, tsé (0,5) heu, utiliser beaucoup de qualificatifs, heu, utiliser beaucoup d'images, de métaphores, ça c'est quelque chose qui fit très très bien avec le... (3,0) tsé là, avec nos médias plus... populistes.
- Philippe** Pourquoi d'après toi?
- Tom** Ben, je pense que, de par la quantité de cultures et de langues parlées, il faut parler dans un langage simple, pas simpliste mais simple, pour que les gens nous comprennent. Parce que y'a des gens qui vont comprendre un peu l'anglais mais on veut s'assurer que les gens catchent, premièrement. Deuxièmement, y faut pas oublier d'où on vient... heu... le [entreprise] a une longue tradition, heu, mais à la base, c'est heu... tsé j'veux dire, c'est un [entreprise]. Donc il faut pas se dénaturer non plus, là. C'est pas pour rien que le [entreprise] est venu s'installer à [quartier], dans un quartier pauvre. Ils sont pas allé s'installer au centre-ville. C'est parce qu'ils ont une tradition de gitans, de bohème, (0,5) pis les gitans, les bohèmes, ça allait pas dans les grandes villes. Donc, dans ce sens là, ça c'est une cohérence avec le sens géographique, mais la cohérence au niveau propos c'est d'utiliser un langage direct, très direct, je pense que c'est un autre point : direct, simple pis, heu (0,2) coloré. (3,0) Mais pour le corpo, là, ça peut être un peu plus formel, parce que y'a certains thèmes, certains sujets, que tu peux pas commencer à être créatif là-dessus, parce que c'est du fait, c'est du factuel,
- Philippe** Merci, monsieur.

Entrevues semi-dirigées

Le vendredi 7 mars 2008, de 15 h 45 à 16 h

Sonia

- Philippe** Peux-tu, d'abord, me décrire les grandes lignes de ton travail au [entreprise]?
- Sonia** D'accord. Ben je suis conseillère en communication interne, heu, pis mes clients c'est plus pour les gens ici au SSI, donc c'est plus corporatif. Et donc, on fait beaucoup de service conseil auprès de cadres, dans le fond, et d'autres services, pour les aider dans leurs communications avec leurs équipes ou, ou de tous les employés, selon les cas. Est-ce que c'est assez précis?
- Philippe** Parfait. (1,0) Quand, je fais référence à l'article que tu as écrit sur *La croisée des chemins* pour le Main à Main, heu... pourrais-tu m'expliquer comment le choix de cet article-là s'est fait?
- Sonia** Pourquoi on n'a voulu le faire dans le *Main à Main* ou pourquoi on l'a fait?
- Philippe** Pourquoi tu l'as proposé? Pourquoi on a fait l'article?
- Sonia** Okay. (1,0) Heu, ben là, premièrement, *La croisée des chemins* existe depuis plusieurs années. Quand moi je suis entré au [entreprise], l'an dernier, l'été dernier, hum (1,0), j'ai commencé à travailler avec Diane, qui est la conseillère qui gère ce programme. Pis ce dossier là, c'est un peu particulier parce que, parce qu'elle n'est pas officiellement une employée du [entreprise], elle est

consultante, à cause de son rôle de conseiller les artistes, pour qu'ils se sentent plus à l'aise, que ce soit plus confidentiel. Pour parler de leur transition de carrière. Donc, tout ça pour dire que le programme existait depuis quelques années (0,2) pis là ils prévoyaient faire quelques changements, dont le lancement d'un site Web et pis ils voulaient avoir un peu plus de visibilité pour que les gens, surtout les artistes, soient au courant du programme et que les employés comprennent qu'on fait ça et pis c'est quoi la valeur. (1,5) Diane était en train de préparer une campagne générale de communication, Mais ça avançait assez lentement puisqu'elle a pas beaucoup de ressources. Elle avançait son site. Donc là on est rendu au moment où le site Web est près donc c'est pour ça qu'on a décidé de faire cet article dans le Main à Main, pour, ben comme je l'ai dis, pour que les artistes comprennent bien qu'ils peuvent avoir accès à ces outils là quand ils sont en réflexion, en transition de carrière, et même avant, au moment où, avant qu'ils quittent. Et pis, c'est ça, que les autres comprennent qu'on a ce programme là... et pourquoi.

(1,0)

Philippe Peux-tu me décrire le processus que tu as vécu pour la rédaction?

(1,0)

Sonia Hum, hum. (1,0) Ben je connais assez bien le programme parce que je travaille là-dessus depuis quelques mois. Mais pour l'article en question, j'ai discuté avec heu... (0,2) Diane, (0,2) pour voir comment elle allait approcher ça, (0,2) et puis (0,2) heu, c'est ça, on voulait vraiment montrer, ben parler du site surtout, y'a pas tant de choses que ça à dire, donc on voulait plus montrer les perspectives d'artistes ayant vécus des transitions pis pour montrer leur différentes expériences. Pis de montrer aussi que (0,2) c'est pas juste heu... (0,5) c'est ça, c'est pas juste les artistes qu'on dirait (0,2) plus vieux, qui (0,5) n'ont plus le choix de quitter la scène, y'a différentes (1,0) y'a différentes possibilités là, de, de, d'outils d'aide pour les artistes en réflexion. Donc, c'est ça, j'ai fait, pour être plus concret, là, j'en ai parlé à Diane. Ensuite, ben, c'est ça, j'ai relu les informations que j'avais déjà sur *La croisée des chemins*, j'ai réfléchi un peu à ça, ensuite on a déterminé ensemble quelques artistes avec qui je pourrais prendre contact pour faire des entrevues. Finalement, j'en ai interviewé quatre.

(2,0) Heu... deux gars, deux filles. (1,5)

Philippe C'était voulu?

(0,5)

Sonia Oui. Oui. (0,5) Ben, dans le fond, elle m'a proposé six personnes, pis (0,5), dans le fond, j'aurais voulu même que ce soit plus diversifié que ça mais, c'est que, en fin de compte, ils sont tous surtout des Canadiens pis des gens qui sont à Montréal. Pis c'est plus pratique comme ça, mais ça reflète pas le profil des artistes au [entreprise], mais quand même, je pense qu'on a réussi à avoir... (1,0) des gens de différents âges, pis des hommes et des femmes, (0,5) pis des gens qui ont vécu des expériences différentes. Donc, après ça, c'est ça, j'ai fait des entrevues. J'ai fait une entrevue téléphonique pis j'ai fait trois entrevues en personne.

(2,0)

Philippe Pis ensuite y'a eu la rédaction?

Sonia Pis ensuite y'a eu la rédaction, évidemment. (1,0) Et puis, bon, (1,5) tu voudrais que je parle (1,0) de la rédaction?

Philippe Oui, comment as-tu vécu cet étape?

Sonia Hum... (1,0) Ben pour ça... Ah oui, pour mes entrevues, je ne les ai pas enregistrés cette fois-ci. Normalement oui, je les enregistres. Mais cette fois-ci, c'était que, heu... (1,0), je ne voulais pas que les gens se sentent, parce que c'est quand même très personnel ce qu'ils allaient me dire, sauf que c'est très confidentiel, mais je me disais que ça faisait un peu, heu... (1,0) je sais pas, impersonnel de, d'enregistrer dans ce contexte là. Donc, heu, j'ai juste pris des notes, et puis fa-ke c'est ça, pour les entrevues j'ai quand même, j'ai retapé mes

notes de façon électronique. Fa-ke ça c'était un premier processus qui m'a aidé, parce que ça m'a permis de faire ressortir les points que je trouvais les plus importants. Donc, ça c'était pour les entrevues. Pour le reste, pour la rédaction en tant que telle, tsé, j'avais un bout du texte qui était plus comme un résumé, plus *straight foward*, (0,5) pour les entrevues, ben j'ai essayé de faire ressortir des éléments différents, j'ai utilisé beaucoup de citations des artistes, pour heu... (0,5) pour montrer chacun des éléments qui amenaient à la chose. (1,0) Donc c'était plus un processus de devoir éliminer des informations plus que, vu qu'il y avait beaucoup de trucs intéressants. Pis il fallait que je choisisse les trucs que je trouvais pertinentes.

(1,0)

Philippe Pis quand ton texte a été terminé? (2,0) Quand t'as terminé de le rédiger, qu'est-ce qui c'est passé après?

(1,0)

Sonia Après ça, je l'ai fais, je l'ai terminé en français, ben, essentiellement en français, pis là je [l'ai fais parvenir à Philippe], puis Philippe m'a donné ses commentaires, et puis là je l'ai envoyé à Diane pour ses commentaires. Pis y'avait pas beaucoup de changement, puis ensuite je l'ai fais approuvé par, heu, quelqu'un à la Gestion créative parce que, tout ce programme là est géré à la Gestion (0,5) créative. (1,0) Et puis j'avais mis une citation de Martin mais il était pas fa-ke ça a été approuvé par une autre personne (1,5) dans son équipe. Et pis elle, elle m'a simplement dit : « It looks good. Thanks ». [Rire] C'était pas compliqué cette fois-ci!

(1,0)

Philippe Quand tu rédigeais, qu'est-ce qui guidait tes choix rédactionnels? (1,0) Tu parlais des choix que tu as dû faire, comment est-ce qu'on décide ce qu'on coupe et ce qu'on garde?

(1,0)

Sonia Ben, je voulais montrer, je veux pas être cliché, mais je voulais montrer l'aspect plus humain, vraiment, du programme. Pis essayer de, ben, pour les artistes, je voulais montrer qu'il y a différentes expériences. Pis qu'ils ne se sont pas gênés pour approcher ce programme là, d'utiliser les ressources. Parce qu'il y en a qui sont pas à l'aise parce que c'est quand même un peu tabou de, tsé de, se prononcer qu'on pense à quitter le show, tsé là. Fa-ke je voulais un article qui leur donne vraiment la chance de montrer c'est quoi, pis les autres employés aussi, je voulais qu'ils voient, hum (0,2) un peu pour les artistes de vivre cette transition là. (1,0) Fa-ke c'était plus ça qui... [Incompréhensible].

(0,5)

Philippe Tu disais que dans ton article, tu as privilégiés les citations. Pourquoi?

Sonia Ben, puisque c'était très personnelle comme expérience qu'ils partageaient, j'ai cru que c'était plus... heu (0,5) la façon la plus vrai, dans le fond, de (1,0) communiquer les informations plutôt que de reprendre leurs paroles pour les intégrer dans un texte plus formel. (1,5) Je leur ai donné la parole directement, tsé.

Philippe Est-ce que tu as rencontré des difficultés? (1,0)

Sonia Comme n'importe quelle difficulté?

Philippe Dans tout le processus.

Sonia Ben, ouf... (0,5) C'est juste que je trouve que ça m'a pris beaucoup de temps. Y'a aussi que j'ai travaillé, je sais pas si ça t'intéresse, mais je l'ai terminé, ben, je l'ai beaucoup avancé, un soir à la maison. Parce que j'ai de la difficulté des fois ici à me concentrer pour la rédaction. Fa-ke j'ai beaucoup avancé chez moi, ce soir là. (0,5) Mais sinon, la difficulté pour cet article là, je dirais, (1,0) c'est que j'avais tellement de matériel. Moi, j'aurais peut-être fait juste deux entrevues, mais là Diane m'avait référé six personnes. Fa-ke là je voulais prendre le temps, parce que les artistes, j'étais reconnaissante qu'ils partagent leur expérience. Fa-ke finalement j'en ai fait quatre pis ils étaient tous très intéressants, fa-ke je

voulais tous les inclure... (1,5) fa-ke ça fait en sorte que j'avais beaucoup d'information pis c'était dure de couper pis de (1,0) garder le contenu. (2,0)
 Philippe Merci madame.

ANNEXE D – AUTORISATIONS

FORMULAIRE DE CONSENTEMENT RELATIF À LA PARTICIPATION À UNE ÉTUDE SUR LE PROCESSUS DE CRÉATION DE LA VOIX ORGANISATIONNELLE

A) Renseignements aux participants

Titre de l'étude : Le processus de création d'une revue d'entreprise – Comment se construit la voix organisationnelle officielle
 Chercheur : Philippe Archambault, étudiant à la maîtrise,
 Département de communication, Université de Montréal
 Directeur de recherche : François Cooren, professeur titulaire, Département de communication,
 Université de Montréal

Objectifs de la recherche :

L'objectif général de la recherche est de décrire le processus de création d'un média interne, soit la revue Main à Main. Dans cette perspective, la présente étude vise à observer le processus de création de la voix organisationnelle à travers ce média, et à l'analyser à partir des interactions entre les agents qui y participent.

Modalités de participation à l'étude :

L'étude implique que le chercheur assiste et participe à la création de la revue Main à Main. La réalisation de la recherche implique également l'enregistrement audio et vidéo d'un certain nombre de réunions ou de moments marquants du processus de création avec, dans chaque cas, l'autorisation des membres de l'équipe et la transcription de leur contenu pour fins d'analyse. L'étude pourrait également nécessiter la réalisation de quelques entrevues individuelles (environ 30 minutes) avec chacun des membres de l'équipe, au début et à la fin de la période d'observation.

Confidentialité et anonymat des données recueillies :

Certaines données non nominatives recueillies au cours des entrevues et/ou des réunions de travail ne sont pas considérées confidentielles, c'est-à-dire que des extraits d'entrevues et/ou d'intervention pourront être publiés pour documenter les analyses et les résultats du chercheur dans le contexte de la diffusion des résultats de la recherche. Ces extraits d'entrevues ou d'interventions seront présentés pour approbation aux participants avant leur publication, seuls ceux pour lesquels un consentement aura été donné seront publiés. **Toutefois, toutes les informations susceptibles d'identifier les participants à l'étude, les auteurs des propos rapportés ou les personnes auxquelles il est fait référence dans ces propos seront ou bien retirées, ou bien modifiées de manière à assurer l'anonymat le plus complet des participants et du site de recherche.** Ainsi, tous les noms des participants et des organismes liés de près ou de loin au site de recherche seront remplacés par des pseudonymes ou des numéros. Il en va de même pour toutes les informations qui pourraient indirectement permettre l'identification du sujet de recherche et/ou des participants (références à des noms propres de localités, de villes, de rues, et autres). Seul le chercheur principal sera en mesure d'identifier le site de recherche et les participants à l'étude. Ces informations nominatives demeureront strictement confidentielles et ne seront transmises à aucun organisme ou individu.

Droit de retrait :

Votre participation est entièrement volontaire. Vous demeurez libre de vous retirer et/ou de retirer la participation de l'organisation que vous représentez en tout temps, sans aucun préjudice et sans avoir à justifier votre décision. Vous pouvez vous retirer de l'étude en avisant le chercheur à l'adresse courriel indiquée au bas de cette page. Si vous vous retirez, le chercheur conservera les renseignements qui auront été recueillis au moment de votre retrait afin de continuer la recherche et de permettre à la ou aux personnes avec qui vos interactions auront possiblement été enregistrées d'y participer. Si, au cours de l'étude, de nouvelles informations ou des changements aux procédures de recherche susceptibles de vous faire reconsidérer votre décision de participer à l'étude surviennent, vous en serez avisé.

B) Formulaire de consentement libre et éclairé

Je, (nom en lettres moulées) _____ accepte de prendre part à l'étude décrite dans le présent document, dont j'ai reçu copie et pris connaissance.

Je comprends le but de la recherche, la nature des données qui seront colligées et consens en outre à ce que certaines de mes conversations, tenues en équipe, dans le cadre de mon travail ou en entrevue avec les chercheurs, soient enregistrées sur bande audio ou vidéo, pour les seules fins de la recherche, compte tenu des mesures qui seront prises pour assurer l'anonymat des participants et du site de recherche.

Après réflexion et un délai raisonnable, je consens donc librement à prendre part à cette étude. Je conserve cependant le droit de me retirer et/ou de retirer verbalement la participation du groupe ou de l'organisme que je représente, sans aucun préjudice et sans avoir à fournir de justifications.

Signature : _____ Date : _____

Nom : _____ Prénom : _____

Je déclare avoir expliqué le but, la nature, les avantages, les risques et les inconvénients de l'étude et à avoir répondu au meilleur de ma connaissance aux questions posées.

Signature : _____ Date : _____

Nom : _____ Prénom : _____

Pour toute question relative à l'étude, ou pour vous retirer de la recherche, vous pouvez communiquer avec Philippe Archambault, chercheur, à l'adresse suivante :

[information retirée / information withdrawn]

Toute plainte relative à votre participation à cette recherche peut être adressée à l'ombudsman de l'Université de Montréal, au numéro de téléphone (514) 343-2100 ou à l'adresse courriel ombudsman@umontreal.ca (l'ombudsman accepte les appels à frais virés).

TABLEAU 1. CALENDRIER DE PRODUCTION DU MAGAZINE

Date	Description
Jeudi 7 février	PREMIÈRE RENCONTRE DE PLANIFICATION
Jeudi 7 février	COMMANDE DES ARTICLES
Jeudi 6 mars	DATE DE TOMBÉE
Mardi 11 mars	RÉVISION ET TRADUCTION
Mercredi 12 mars	RENCONTRE DE L'ÉQUIPE GRAPHIQUE
Mercredi 26 mars	CORRECTION DES ÉPREUVES
Vendredi 11 avril	APPROBATION
Lundi 21 avril	LIVRAISON ET DISTRIBUTION AUX EMPLOYÉS

TABLEAU 2. LES MEMBRES DE L'ENTREPRISE IMPLIQUÉS DANS LA RECHERCHE.

Nom ¹	Titre
Catherine	Directrice de la Planification et des communications internes
François	Conseiller principal, communications internes
Jean-Pierre	Adjoint à la directrice de la Planification et des communications internes
Philippe	Spécialiste des médias internes et rédacteur en chef du <i>Main à Main</i>
Annie	Coordonnatrice des médias internes
Marc-André	Conseiller en communication, spectacles fixes et productions
Tom	Conseiller en communication, spectacles de tournée
Myriam	Agente de communication
Marie-Eve	Conseillère en communication
Sonia	Conseillère en communication
Denise	Agente de planification
Lucie	Rédactrice pigiste
Gloria	Conseillère, Citoyenneté
Pierce	Directeur de création
Marielou	Coordonnatrice, graphisme
Charles	Concepteur graphique
Julianna	Conceptrice graphique

¹ Veuillez noter que les noms ont été remplacés par des pseudonymes, par souci d'anonymat.